



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.




변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#) 

언론정보학석사학위논문

모바일 사운드 미디어 이용의
관계적 맥락에 대한 크로노토프 분석

2012년 8월

서울대학교 대학원

언론정보학과

김 유 빈

모바일 사운드 미디어 이용의
관계적 맥락에 대한 크로노토프 분석

지도교수 이 재 현

이 논문을 언론정보학 석사학위논문으로 제출함

2012년 7월

서울대학교 대학원

언론정보학과

김 유 빈

김유빈의 석사학위논문을 인준함

2012년 8월

위 원 장 김 은 미 (인)

부위원장 이 중 식 (인)

위 원 이 재 현 (인)

국문초록

모바일 미디어 사운드 미디어 이용의 관계적 맥락에 대한 크로노토프(chronotope) 분석

청각문화는 현실에 존재하지 않는 사운드(sound)를 들려주는 반면, 시각문화는 현실에 존재하는 대상을 다시 보여준다. 사운드는 현실에 존재하지 않는 구성물이라는 점에서 제시적(presentation)이다. 이와 달리 시각물은 대상을 재현(representation)한다. 이렇듯 청각과 시각은 대립하는 감각양식이지만 통합적으로 경험된다. 하지만, 우리는 시각중심적인 사회 속에서 청각경험을 경시한다. 즉, 사운드 소비문화 속에 살면서도 이를 인지하지 못하는 경향이 있다. 이 글은 우리가 사운드 소비문화와 시각문화가 공존하고 있는 사회 속에 있음을 알리려 한다.

본 연구의 목적은 MP3플레이어의 이용이 관계적 맥락하에 이루어지고 있음을 크로노토프 분석에 의해 밝히는 것이다. 이를 위해, 사운드 소비문화와 관련된 풍부한 논의 및 모바일 사운드 미디어 이용의 관계적 맥락을 입증하는 실질적인 데이터를 제시할 것이다. 구체적으로 이 연구는 미디어 이용을 비롯한 생활행동을 좌표평면상으로 나타내는 크로노토프(chronotope) 분석을 적용하려 한다. 크로노토프(chronotope) 분석은 시간 지리학(Time-GIS)의 방법을 도입해 미디어 이용을 시공간의 맥락에서 파악하는 것으로서, 기존의 미디어 이용조사들이 취한 기능주의적 관점에서 벗어나 관계적이며 통합적으로 보는 새로운 미디어 이용조사법이다.

모바일 사운드 미디어는 ‘고립적인 미디어’가 아니라 ‘관계적이며 네트워크적인 미디어’이다. 이는 모바일 사운드 미디어 이용이 일상의 시공

간 속에서, 생활행동뿐 아니라 미디어 행동과 함께 이루어진다는 의미이다. 이러한 특징을 본 연구에서는 “관계적 맥락하에 있다”라는 언명으로 표현하였다. 나아가 본 연구는 ‘청각 미디어’ 그 자체의 미디어적 속성에 집중함으로써, 모바일 사운드 문화를 바라보는 하나의 관점을 제시할 것이다. 즉, 연구대상인 모바일 사운드 미디어의 미디어적 속성으로 말미암아 어떠한 청취관습이 생겨났고, 이것이 일상생활에 주는 영향에 대하여 연구하려 한다.

이 연구의 의의는 세 가지로 집약할 수 있다. 첫째, 사운드 소비문화를 주도하는 가장 대표적인 미디어인 모바일 사운드 미디어에 대한 연구를 수행함으로써, 시각중심적인 연구경향에서 탈피할 것이다. 모바일 사운드 미디어이용 문화에 관한 연구는 그 사회문화적 가치에 비해 극히 제한적으로만 이루어져 왔다. 둘째, 모바일 사운드 미디어가 디지털 미디어이며, 관계적 맥락하에서 이루어짐을 밝히려 한다. 기존 연구들은 모바일 사운드 미디어 이용을 아날로그 미디어와 동일한 틀에서 분석했기에, 디지털 미디어로서의 속성을 부각하지 못했다. 또한, 고립주의적 시각에서 모바일 사운드 미디어를 파악했기에 모바일 사운드 미디어 이용 패턴에 대한 본질적 통찰을 하지 못했다. 셋째, 이 글은 이재현(2009)이 제시한 크로노토프 접근에 관한 논의를 풍부히 함으로써, 이것이 미디어 이용 패턴을 조사하는 하나의 패러다임이 될 수 있음을 밝히려 한다. 본 연구는 이 접근법을 채택함으로써, 질적 연구로 획일화되었던 모바일 사운드 미디어 이용문화 연구에 있어 최초의 계량적 연구를 시도할 것이다.

주요어: 모바일 사운드 미디어, 스마트폰, 미디어 이용의 관계적 맥락, 시공간성, 동시행동, 크로노토프

학 번: 2010-20140

목 차

제1장 서론.....	1
제1절 연구의 배경.....	1
제2절 연구대상 및 논문의 구성.....	4
제2장 선행 연구의 검토.....	7
제1절 모바일 사운드 미디어에 관한 연구.....	7
1. 모바일 사운드 미디어의 사회 문화적 영향에 관한 연구.....	7
2. 모바일 사운드 미디어를 통한 집단적 유대감의 형성.....	11
3. SNS 포스팅을 통한 모바일 음악 감상에 관한 연구.....	12
4. 선행 연구의 특징과 한계.....	13
제2절 미디어 이용 패턴에 관한 연구.....	15
1. 기능주의적 관점에 입각한 이론적/방법론적 접근.....	15
2. 선행 연구의 특징과 한계.....	18
제3장 이론적 배경.....	21
제1절 모바일 사운드 미디어를 통한 새로운 음악 소비 방식.....	21
1. 음악공유 기능의 확대.....	22
2. 음원 관리 기능의 변화.....	24
제2절 미디어 이용의 관계적 맥락.....	25
1. 시공간의 맥락.....	27
2. 미디어 행동 간의 동시 행동.....	29
제3절 새로운 미디어 이용분석법의 제안: 크로노토프(chronotope) 분석.....	31

1. 미디어 연구에 있어서의 시공간적 접근의 필요성.....	31
2. 크로노토프 분석의 제안.....	36
3. 크로노토프 맵핑.....	39
제4절 연구문제.....	43

제4장 연구방법.....46

제1절 연구대상자.....	46
제2절 분석 데이터.....	46
제3절 연구절차.....	48
1. 분석수준.....	48
2. 자료의 시각화 및 분석기준.....	48

제5장 연구결과.....51

제1절 모바일 사운드 미디어 이용의 기술 통계적 특징.....	51
1. 플랫폼별 이용 정도.....	51
2. 표본의 구성분포.....	53
3. 청각 미디어로서의 특징: 배경 행동.....	54
4. 이동시간과 모바일 사운드 청취와의 연관성.....	55
5. 소결.....	56
제2절 모바일 사운드 미디어 이용에 대한 크로노토프.....	58
1. 모바일 사운드 미디어 이용의 시공간적 맥락.....	58
2. 모바일 사운드 미디어 이용의 주 행동과 배경 행동.....	61
3. 소결.....	65
제3절 모바일 사운드 미디어 이용의 집단별 크로노토프.....	66
1. 모바일 사운드 미디어의 성별에 따른 차이.....	66
2. 모바일 사운드 미디어의 연령에 따른 차이.....	69

3. 모바일 사운드 미디어의 직업에 따른 차이.....	72
4. 소결.....	74
제4절 모바일 사운드 미디어 이용의 동시 행동 맥락.....	75
1. 모바일 사운드 미디어와 매스 미디어의 동시 행동.....	75
2. 모바일 사운드 미디어와 대인 미디어의 동시 행동.....	78
3. 모바일 사운드 미디어와 상호작용 미디어의 동시 행동.....	80
4. 소결.....	83
제5절 종합적 논의.....	83
 제6장 결론: 요약 및 제언.....	 88
제1절 연구요약.....	88
제2절 연구의 한계 및 후속 연구를 위한 제언.....	99
 참고문헌.....	 93

표 목차

<표 1> 전통적인 모바일 사운드 미디어 이용의 개념화.....	21
<표 2> 시간지리학의 분석틀.....	41
<표 3> 크로노토프 분석수준.....	48
<표 4> 음악청취에 이용되는 매체: 미디어 매트릭스별 분류.....	51
<표 5> 음악청취에 이용되는 매체: 미디어 특징에 따른 분류.....	52
<표 6> 모바일 사운드 미디어의 기능 중 음악청취의 비중.....	53
<표 7> 모바일 사운드 미디어 이용자의 구성분포 (단위: 명).....	53
<표 8> 모바일 사운드 미디어의 크로노토프.....	83

그림 목차

[그림 1] 시간지리학의 주요개념.....	41
[그림 2] 크로노토프 맵핑의 기본형태.....	43
[그림 3] 배경 행동으로서의 음악청취.....	55
[그림 4] 음악청취와 생활행동 변인 간 상관관계.....	56
[그림 5] 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프.....	58
[그림 6] 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 (측면)1.....	59
[그림 7] 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 (측면)2.....	60
[그림 8] 모바일 사운드 미디어 이용의 주 행동 크로노토프.....	62
[그림 9] 모바일 사운드 미디어 이용의 주 행동 크로노토프(측면)1....	63
[그림 10] 모바일 사운드 미디어 이용의 주 행동 크로노토프(측면)2..	63
[그림 11] 모바일 사운드 미디어 이용의 배경 행동 크로노토프 (측면)1.....	64
[그림 12] 모바일 사운드 미디어 이용의 배경 행동 크로노토프 (측면)2.....	64
[그림 13] 모바일 사운드 미디어 이용: 남성 집단.....	67
[그림 14] 모바일 사운드 미디어 이용: 여성 집단 크로노토프.....	68
[그림 15] 모바일 사운드 미디어 이용: 여성 집단(측면) 크로노토프...68	
[그림 16] 모바일 사운드 미디어 이용: 20대 집단 크로노토프.....	69
[그림 17] 모바일 사운드 미디어 이용: 20대 집단 크로노토프(측면)..69	
[그림 18] 모바일 사운드 미디어 이용: 30대 집단 크로노토프.....	71
[그림 19] 모바일 사운드 미디어 이용: 30대 집단 크로노토프(측면)..71	
[그림 20] 모바일 사운드 미디어 이용: 대학생 집단 크로노토프.....	72
[그림 21] 모바일 사운드 미디어 이용: 대학생 집단 크로노토프(측면)1	72

[그림 22] 모바일 사운드 미디어 이용: 직장인 집단 크로노토프(측면)2	73
[그림 23] 모바일 사운드 미디어와 매스 미디어의 동시 행동: 이용시간	76
[그림 24] 모바일 사운드 미디어와 매스 미디어의 동시 행동: 이용자수	76
[그림 25] 모바일 사운드 미디어와 대인 미디어의 동시 행동: 이용시간	79
[그림 26] 모바일 사운드 미디어와 대인 미디어의 동시 행동: 이용자수	79
[그림 27] 모바일 사운드 미디어와 상호작용 미디어의 동시 행동: 이용시간.....	81
[그림 28] 모바일 사운드 미디어와 상호작용 미디어의 동시 행동: 이용자수.....	81

제1장 서론

제1절 연구의 배경

이 글의 목적은 모바일 사운드 미디어 이용이 관계적 맥락하에 이루어지고 있음을 크로노토프 분석을 통하여 기술하는 데 있다. 모바일 사운드 미디어¹⁾는 워크맨의 시대, MP3P의 시대를 거쳐 이제는 기술적 융합으로 인해 다양한 모바일 미디어와 결합된 형태로 나타나고 있다. 하지만, 모바일 사운드 미디어에 관한 연구들은 ‘사사화된 소리 세계의 형성’을 핵심으로 하는 워크맨의 시대의 사회문화적 관점에 머물러 있다. 본 연구에서는 SNS의 발달과 스마트폰의 보급으로 인해 변화한 모바일 사운드 미디어의 이용 패턴을 다루고, 이를 반영한 데이터를 활용하여 분석함으로써 시의적절한 연구가 이루어지도록 할 것이다.

이 연구의 일차적인 목표는 모바일 사운드 미디어 문화에 대한 해명이다. 미디어를 통해 전해지는 정보 중 대표적인 것이 영상정보와 오디오이다. 그렇기에 사운드 미디어에 대한 연구는 미디어 연구의 중요한 축이다. 하지만, 다수의 연구자들(Bull, 2001a; 2001b, 2002, 2004a; De Nora, 2000, Bodrackar, 2006)이 지적했듯이, 모바일 사운드 미디어를 포함한 디지털 시대 청취문화에 대한 연구는 영상문화에 관한 논의들에 비해 다소 주변화되어 있다. 이는 시각 중심적인 사회/문화적 영향과 청각과 관련된 연구 전체를 망라하는 개념적 우산이 없는 현실에서 비롯된 것이다. 이러한 맥락에서 본 연구는 모바일 음악 미디어 문화, 그중에서도 ‘모바일 사운드 미디어 이용행위’를 연구함으로써 사운드 소비문화에 대한 이론적 해명을 시도하려 한다. 구체적으로 우리가 사운드 소비문화

1) 이 글에서 모바일 사운드 미디어란 개인이 휴대하여 지닐 수 있는 미디어로서, 음악을 듣는데 이용되는 것을 의미한다.

에 처해있다는 것을 양적 데이터의 시각화를 통하여 제시하고, 어떠한 이용상의 특징이 있는지를 시공간적인 차원에서 살펴보려 한다.

모바일 사운드 미디어가 시각 미디어가 아닌 청각 미디어이기에 생겨나는 미디어적 속성에는 어떠한 것이 있을까? 청각 미디어는 스크린에서의 감금(imprisonment)에서 벗어나게 해준다. 모바일 사운드 미디어를 제외한 핸드폰이나 DMB와 같은 여타 모바일 미디어들은 조작함에 시선과 동작에 일정부분 제약이 있다. 하지만, 모바일 사운드 미디어는 인간의 몸에 육화(hosokawa, 1984)되어 자유로운 활동을 가능하게 한다는 점에서 감금(imprisonment)에서 완전히 해방해 주었다고 생각할 수 있다. 그렇기에 일차적 행동(Primary activity)뿐 아니라 배경 행동(Background activity)으로도 사용될 수 있다. 이 연구에서는 모바일 사운드 미디어의 이러한 특징을 이용의 관계적 맥락(이재현, 2007a)에서의 동시 이용적 관습이라고 파악하였다. 그리고 일상의 시공간에서 모바일 사운드 미디어의 이용이 관계적 맥락하에서 이루어지고 있음을 드러내는 것이 이 연구의 또 다른 목표이다.

무엇보다도 이 연구가 가지는 독창성은 미디어 이용 조사에 있어 크로노토프 분석(이재현, 2009)을 채택했다는 것이다. 크로노토프 분석은 단순한 방법론에 그치는 것이 아니라 시간과 공간을 동시에 보는 일종의 패러다임으로서, 사회과학에서 시간성과 공간성을 분리하여 사고하는 한계를 뛰어넘고자 한 것이다. ‘시공간성’이라는 의미의 크로노토프(chronotope)는 바흐친의 문예비평개념에서 유래한 것으로서, 시간과 공간이 본래 합쳐서 존재하는 것에 주목하며 일상의 시공간을 역사적/문화적 맥락에서 파악한 개념이다. 크로노토프 분석은 미디어 이용의 다층위성과 상호작용성을 고려하는 미디어 온톨로지(media ontology) 구축을 위한 접근법으로서, 시공간의 심화 및 다극성 정도와 미디어 이용의 ‘크로노토프 유사성(choronotopo-similitude)’으로 지표를 구성한다. 또한, 미디어

어 이용자의 이용 패턴을 추출함으로써, 미디어 이용의 다극화와 탈구(dislocation), 그리고 개인과 집단 수준에서의 미디어 이용의 컨버전스와 디버전스를 살펴보려는 것이다. 궁극적으로 미디어 크로노토프를 통하여 우리는 다중 미디어 이용(multiple media use)와 미디어의 탈가내화 현상을 고찰할 수 있으며, 사회 문화적 힘에 의한 크로노토프 동학을 알아볼 수 있다(이재현, 2009).

이 연구에서는 연구대상인 모바일 사운드 미디어 이용에 초점을 맞추어 모바일 사운드 미디어의 크로노토프를 알아볼 것이다. 단일 미디어만을 살펴하기에 미디어 다층위성과 유사성 등의 구체적 지표를 알아보는 어렵지만, 집단별 미디어 이용 행태와 탈가내화 현상 등에 대한 자료를 구축함으로써 미디어 온톨로지를 구축하는 출발점을 제공할 수 있다. 또한, 모바일 사운드 미디어는 여타 미디어보다 배경 행동으로 주로 기능하기에, 다중미디어 이용 및 동시행동을 파악하는 데 핵심적인 역할을 할 수 있다. 그러므로 크로노토프 분석을 활용한 연구가 아직 초기 단계인 만큼 현 시점에서는 모바일 사운드 미디어를 연구대상으로 하여 분석하는 것이 앞으로의 크로노토프 연구를 위한 초석이 될 것이다. 또한, 이제까지 미디어 이용 연구에서 잘 논의되지 않았던 미디어를 통한 청각 경험을 다루는 것은 그 자체만으로 의의가 있는 작업일 것이다.

이러한 연구를 수행함에 기본적으로 전제하고 있는 것은 두 가지이다. 첫째, 모바일 사운드 미디어가 이용되고 있는 시공간을 문화적 장으로 보는 것이다. 이러한 관점은 쉐퍼(Schafer, 1977)가 사운드가 우리가 처해있는 공간을 알려주는 문화적 산물이라고 주장하면서, 물리/지리적 현상이었던 공간 개념을 문화적 장으로서 구성된다고 보는 ‘공간적 전환(spatial turn)’으로 바라본 것과 연장선에 있다. 둘째, 모바일 사운드 미디어의 발달은 사회문화적 맥락에 의해 태동한 것이라는 관점이다. 이는 채넌(Channan, 1994), 김토일(2005), 스텐(Stern, 2006)이 청각 미디어

의 계보를 정리하면서 가졌던 것과 동일한 것으로서, ‘언제’, ‘어디서나’ 음악을 들을 수 있는 문화는 탈가내화 시대의 문화적 맥락에서 이해해야 한다는 것이다.

제2절 연구대상 및 논문의 구성

이 연구는 크게 세 가지 내용을 다루려 하였다. 우선 모바일 사운드 미디어 문화에 대하여 다루고자 했다. ‘미디어를 통해 매개 되는 청취 경험’을 글 전체의 라이트모티프로 삼음으로써, 청각문화에 대한 학술적 해명을 하고자 시도하였다. 둘째, 미디어 이용의 관계적 맥락의 중요성과 의미를 다루고자 했다. 본 연구에서는 미디어 이용의 관계적 맥락을 ‘시공간의 맥락’, ‘동시행동’으로 조작화 하였다. 그리고 관계적 맥락을 분석하기 위하여, 이재현(2009)의 크로노토프 접근을 적용하였다. 이는 세 번째 연구테마로서, 이 연구에서는 크로노토프 분석을 통하여 미디어 이용 패턴을 밝히는 데 초점을 두었다.

이 글은 6개의 장으로 구성되어 있다.

제1장은 연구의 배경 및 필요성, 목적, 연구대상 등 논문의 개요를 제시하였다.

제2장은 연구대상인 1) 모바일 사운드 미디어와 2) 미디어 이용 패턴에 관한 선행 연구를 검토했다. 1절에서는 모바일 사운드 미디어 문화의 대표적인 학자인 볼(Bull)의 연구를 집중적으로 검토함으로써, 모바일 사운드 미디어의 이용이 도시생활에 미친 영향이 무엇인지 살펴보았다. 또한, 모바일 사운드 미디어를 통한 집단 유대감을 형성하는 연구, SNS를 통해 음악을 공유하는 연구를 검토함으로써 기존 연구의 맥락을 살피고,

본 연구와의 차이를 밝히려 하였다. 2절에서는 U&G, 적소 등 미디어 이용 연구 패턴 연구의 맥락과 한계점을 고찰함으로써, 크로노토프 분석법을 제안해야 할 필요성을 주지시키려 하였다.

3장에서는 이론적 배경에 대하여 알아보았다. 1절에서는 스마트폰과 SNS의 확산으로 달라진 음악을 소비패턴을 1) 음악공유 기능의 확대와 2) 스트리밍의 보편화로 나누어 살펴보았다. 2절에서는 미디어 이용의 관계적 맥락에 대하여 살펴보았다. 본 연구에서 시공간의 맥락과 미디어 행동 간의 동시행동 측면에서 관계적 맥락을 고찰하고 이를 주 연구대상으로 삼았다. 이제까지 미디어의 시공간성과 관련된 연구들은 주로 질적 연구로 이루어지거나 시간성 혹은 공간성만을 다루었다. 본 연구에서는 시공간의 좌표축에 미디어 이용을 표기하되, 동시 이용되는 미디어를 함께 다룸으로써 다중 미디어 이용이 이루어지는 현실의 상황을 계량적으로 측정하려 하였다. 3절에서는 크로노토프 분석이라는 새로운 미디어 이용분석법을 제안하였다. 이재현(2009)의 크로노토프는 미디어 이용에 시공간성을 기록하는 것을 핵심으로 하는 접근법으로서, 바흐친의 크로노토프라는 개념을 미디어 연구에 적용한 것이다. 구체적으로 크로노토프 분석의 개념을 소개하였고, 또한 크로노토프 맵핑을 제안하였다. 이제까지의 논의된 내용을 바탕으로 4절에서는 연구문제를 제시하였다. [연구문제 1]은 모바일 사운드 미디어 이용이 시공간적으로 어떠한 특징이 있는지를 알아보는 것이며, [연구문제 2]는 모바일 사운드 미디어의 이용이 집단에 따라 어떻게 다른지를 알아보는 것이다. [연구문제 3]은 모바일 사운드 미디어 이용이 동시행동에 있어서 시공간적으로 가지는 특성을 분석하는 것이다.

4장에서는 연구방법을 서술하였다. 1절에서는 연구대상자를 서술하였으며, 2절에서는 분석 데이터에 대하여 설명하였다. 3절에서는 연구절차를 1) 분석수준과 2) 자료의 시각화 및 분석기준을 통하여 알아보았다.

5장은 연구결과를 제시하였다. 연구결과는 크게 네 부분으로 이루어진다. 우선 모바일 사운드 미디어 이용의 기술적 통계를 다뤘으며, 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 분석, 모바일 사운드 미디어 이용의 집단별 크로노토프, 동시행동의 맥락에서의 크로노토프에 대하여 알아보았다. 또한, 종합적 논의를 통해 연구결과에 비추어 발견된 사실들에 대해 해석을 하였다.

마지막으로 6장은 연구의 요약 및 제언을 하였다.

제2장 선행 연구의 검토

제1절 모바일 사운드 미디어에 관한 연구

1. 모바일 사운드 미디어 이용의 사회 문화적 영향에 관한 연구

불(Bull)은 모바일 청취문화를 체계적으로 연구한 가장 대표적인 학자이다. 그는 현대문화에서 있어서 미디어로 매개 되는 청각경험에 관한 논의가 필요하다고 지적하면서, 모바일 음악 미디어가 도시생활에 미친 사회적 영향에 관하여 탐구하였다. 불의 연구에서 가장 돋보이는 통찰은 모바일 사운드 미디어가 ‘통제의 테크놀로지’라는 점이다. 다시 말해, 모바일 사운드 미디어가 1) 시간과 공간, 2) 생각- 내면적 정서, 외부 분위기, 3) 타인과의 관계를 관리/조정하는 테크놀로지임을 밝혀냈다.

1) 모바일 사운드 미디어 이용의 사회적 영향

불(Bull)은 모바일 음악 미디어의 이용이 도시생활을 더욱 잘 영위해 나갈 수 있다고 하면서(2001, 2004a), 모바일 미디어를 통한 음악의 소비가 사회생활을 하는 데 긍정적인 영향을 준다는 점을 논의에 출발점으로 삼는다. 여기에는 음악을 하나의 사회적 현상으로 바라보고 음악이 인간 행위의 과정과 행동의 규범에 영향을 준다는 ‘음악사회학’의 기본적인 관점이 전제되어 있다고 할 수 있다. 음악사회학의 대표적 학자라 할 수 있는 아도르노(Ardorno)는 음악을 ‘무의식을 훈련하는 도구’이자 ‘계몽의 도우미’로 보았으며, 모바일 음악 미디어가 우리임(we-ness)을 느끼도록 관계성을 창조하는 사회 통합적 미디어로서 기능할 수 있다고 주

장한다(M. Paddison, 1998).

또한, 그는 모바일 사운드 미디어 청취가 사회적이고 관계적인 행위라고 지적하는 데, 이 역시 또 다른 논의의 시작점이다. 그는 모바일 사운드 미디어 청취가 고독한 행위(solitary exercise)이지만, 동시에 이용자가 공간을 사회적으로 점유한다는 측면에서 사회적인 행위임을 밝힌다. 그는 관계적인 경험은 세 가지 수준(인지적/미학적/도덕적 차원)에서 이루어진다고 하였다.²⁾ 이러한 관점을 토대로 그는 도시전략으로서의 모바일 사운드 미디어 이용을 설명하는데, 이는 앞서 언급한 세 가지 기준(시공간성, 생각, 대인관계)에 의해 다음과 같이 정리될 수 있다.

① 시공간성

불은 모바일 사운드 미디어를 통해 ‘개인화된 청각적 버블’을 소지하게 된다고 말한다. 즉, 공간과 시간 면에서 자율성을 획득하게 되는 것을 의미한다.

모바일 사운드 미디어 청취를 통해 경험하게 되는 공간성의 핵심은 ‘사사화된 공간’이다. 불은 이러한 사사화된 음악 공간을 통해 공간에 거주하게 한다(inhabit)는 표현을 사용하는데, 여기에는 두 가지 도시전략의 의미가 함축되어 있다. 첫째, 이동하면서 경험하게 되는 분절된 공간들 사이를 채운다는 것(in-between communication)인데, 이는 음악이 공간을 채우고 연결함으로써 생각/분위기를 연속시키는 의식적 공간을 마련한다는 것이다. 둘째, 점유된 공간을 자신의 무드나 리듬에 맞게끔 유아론적이나 심미학적으로 구조화시킴으로써, 도시 자체에 음악과 결부되는 내러티브를 결합한다는 것이다. 불은 이러한 전략을 통해 거리의 우발성을 최소화할 수 있다고 주장한다.

2) 인지적 차원이란 모바일 사운드 미디어 청취를 통해 이용자의 생각과 정서가 어떻게 조정되는지에 관한 것이고, 심미적 차원은 이용자가 외부세계에 어떻게 미적인 정서를 부여함으로써 자신과의 관계를 구성하는지를 다루는 것이다. 그리고 도덕적 차원은 이용자가 타인과 어떻게 상호작용하는지를 보는 것이다.

시간성의 측면에서 가장 중요한 것은 탈 일상화(de-routinization)된다는 점이다. 일상에 듣는 즐거움을 부과함으로써 생각이나 감정을 통제하고 심미화함으로써 시간에 대한 자율성을 획득하게 될 뿐 아니라, 개인화된 시간을 통해 과거 시간을 재전유할 수 있게 된다. 모바일 사운드 미디어 이용은 이용자들이 일상생활의 이질적인 공간을 이동하는 동안에 청각의 연상기억을 제공함으로써 ‘중요한 내러티브들’의 ‘기억 저장고’를 가능하게 한다. 불이 청각적 연상장치가 작용한다고 밝힌 것은 ‘음악이 정서나 기억을 유발한다’³⁾고 보는 것이다. 이는 소리가 비(費)실체적이며, 상상계적인 특징을 가졌기에 가능한 것이라 할 수 있다(서우석, 1997).⁴⁾ 즉, ‘비(費)실체적’인 음악을 통해 형성되는 정서는 소리의 ‘상상계적’ 특징 때문에, 음악은 청취자에게 의미를 만들어줄 수 있을 뿐만 아니라, 그것이 제시되는 환경에 대한 의미도 얻어낼 수 있다. 결과적으로 음악은 그것과 함께 동반되는 의미를 청취자에게 가져다줄 수 있으며, 이는 불이 말하는 청각적 연상장치라 할 수 있다.

② 생각 - 내면정서, 분위기

모바일 사운드 미디어 이용은 생각을 조정하는 테크놀로지로도 기능하는데, 이는 내면의 정서를 변화시키고 분위기를 전환함으로써 구체적으로 나타난다. 즉, 모바일 사운드 미디어는 정서적 안정제로서 원하는 심리상태를 갖도록 도와준다. 이렇게 이용자의 인지구조에 주는 변화는 이용자 주변 분위기에도 영향을 미친다. 모바일 사운드 미디어 이용자는 음악을 통해 기분유지를 넘어서 인지적 통제를 할 수 있게 된다. 모바일 사운드 미디어를 통해 음악을 들으면서 환경을 무시하고 고유의 리듬으

3) 음악의 핵심적 기능은 소리를 통한 정서의 고양이라 할 수 있다. 이때, 정서란 우리의 의식 안에 존재하는 감각적 질이라 할 수 있다.

4) 소리는 시각처럼 소리가 그곳에 있음을 알려주는 것이 아니라 무엇인가가 소리를 내고 있음을 알려주는 것이다. 이러한 비(費)실체성은 소리를 만드는 특정한 실체를 가정하게 한다는 점에서 상상계적 특징을 가진다.

로 생활하거나, 효율적으로 작업할 수 있게 되는 것 등이 그러한 사례이다. 모바일 사운드 미디어 이용자들은 재생목록을 바꿈으로써 각기 다른 분위기 연출을 하는데, 이러한 구체적인 전략을 통해 내면의 정서 및 외부 분위기를 관리하게 되는 것이다.

③ 대인적 차원

불은 모바일 사운드 미디어를 들을 때, ‘한 방향 시선(one way mirror)’을 갖게 된다고 한다. 이것은 타인이 자신을 응시하는 것을 차단하는 반면, 자신은 자유롭게 주변을 관찰하는 전략으로서, 상호 간의 응시를 무시하는 것이다.⁵⁾ 이렇게 한 방향 시선을 가지는 모바일 사운드 미디어 청취를 통해 음악에 푹 잠겨서 새로운 어떤 것을 발견하는 가하면, 더욱 몰입적으로 되기 위하여 사운드의 음량을 크게 함으로써 주위 환경을 무시하며 고유의 리듬으로 생활할 수 있게 한다. 그리고 이러한 행위를 통해 심미적 식민화를 유발할 수 있다고 설명하는데, 심미적 식민화란 유아론적인 관점에서 주변세계를 자신의 욕망체계 안에 통제하는 것이다.

이러한 불의 주장은 짐멜의 ‘이방인’ 개념과 연관 지어 해석해 볼 수 있다. 짐멜은 이방인을 “오늘 왔다가 내일 떠나는 유랑자가 아니라 오늘 왔다가 내일 머무는 자”로 정의하는데(simmel, 2005)⁶⁾, 이렇게 ‘이동성’을 가지고, ‘자유’롭게, 그리고 대상과 일정한 거리를 둠으로써 ‘객관성’을 유지하는 것이 이방인 개념의 핵심적 속성이라 할 수 있다. 이는 이어폰을 착용함으로써 타인 및 주변 환경과 일정한 거리를 두고, 자유로

5) 예를 들어, 이어폰을 끼고 음악을 듣고 있으면 누군가를 바라보다가도 그 사람이 돌아보는 순간에 시선을 돌리 수 있다. 이는 이어폰을 끼고 있기에 ‘다른 일에 열중해 있다’는 뜻을 전하게 되는 것으로서, 불은 이러한 행위가 상호 교류를 좌우하는 멋진 도시전략의 방법이라고 소개한다.

6) 즉, 짐멜의 이방인(strange)은 게토(getto)에 묶여 있으면서, 사회 공동체 안에 속한 사람이 아니라 외부자로서 직접적인 상호작용을 하지 못한 채, 거리를 두고 대상을 바라봐야 하는 존재이다. (simmel, 2005)

운 시선을 가지고 이동하는 모바일 사운드 미디어 이용자와 유사한 것이다.

2. 모바일 사운드 미디어를 통한 집단적 유대감의 형성

불이 주로 개인적 차원에서의 모바일 사운드 미디어의 사회적 영향을 살펴보았다면, 집단적/사회적 차원에서의 함의에 주목한 연구들도 있었다.

도 노라(De Nora, 2000)는 음악이 의미 있고 소통적인 성격을 가진 하나의 매개체로서, 사회적인 집단의 형성에 영향을 주고, 일상생활에 힘을 부여한다고 주장한 학자이다. 그녀는 개인이나 소그룹상황에서의 음악청취를 인터뷰를 통해서 분석함으로써, 모바일 사운드 미디어를 통한 음악청취가 대인적이고 사회적인 힘도 가지고 있다고 주장한다. 가게에서의 상품판매 촉진 전략으로서의 음악재생이나 대인 간 만남에서 음악을 통한 분위기 조성 효과가 이러한 예라고 했다. 또한, 에어로빅하는 사람들에게 대한 참여관찰을 통해서, 음악이 청취자들의 육체 동기와 능력을 확장하고 고양하는 보철적인 테크놀로지로 작용한다고 주장하였다. 이렇게 음악청취의 효과를 개인적·사회적인 측면, 음악의 감정적·육체적인 측면에서의 효과를 모두 살펴본 점은 드 노라 연구의 독창적인 면이라 할 수 있다.

보드라카(Boradkar, 2006)의 연구는 아이 라운지(ilounge)⁷⁾라는 공적 공간과 사적 공간의 혼종적 성격을 지닌 온라인 커뮤니티에서, 모바일 사운드 미디어 이용자들이 가상세계의 공동체를 중시한다는 중요한 특징을 포착하였으나, 본격적인 논의와 심층적인 관찰로 이어지지 못했다. 이에 비해, 기설 이재현(2011)은 아이팟의 탈옥문화라는 새로운 모바일

7) www.ipodlonunge.com은 상업적 사이트가 아닌 뉴스와 리뷰들, 기기의 테크놀로지에 대해 서로 논의를 하는 공동의 공간이다.

해킹문화를 인터뷰 및 참여관찰을 통해 심층적으로 고찰했다는 점에서 의의가 있다. 이들은 탈옥의 목적을 도구적인 동기와 표현적 동기로 분류하였는데⁸⁾, 이 두 가지는 혼재된 이용양상을 보인다고 한다. 그들은 이러한 해킹문화가 미디어 제조사가 만들어놓은 기술성에 대해 비판·토론·변형·초월하면서 자신들만의 새로운 문화를 만들어가는 컨버전스 문화의 한 형태로서, 온·오프라인을 넘나드는 이용자 공동체의 양상을 보인다고 주장하였다.

3. SNS 포스팅을 통한 모바일 음악 감상에 관한 연구

정경미(2010)의 연구는 스마트폰 환경에서 스트리밍으로 보편화하고 있는 모바일 음악서비스의 특징과 모바일 사운드 미디어 이용의 음원 공유 측면까지 다루었다는 점에서 주목할 만하다. 이 연구에서는 모바일 음악 미디어를 이용해 공유하고 싶은 음악을 SNS 포스팅을 함으로써, 사회적 관계를 맺고 있는 사람들과 나눌 수 있는 심리적 경험에 주목하였다. 즉, 모바일 가상공간에서도 음악을 통해 상호작용하면서 상대방을 인식하고 정서적 유대감을 느낌으로써 함께 음악 감상을 경험하는 것처럼 느껴진다는 것이다. 이러한 심리적 요인을 ‘사회적 현존감’이라 정의하고 이를 검증하기 위해, 스마트폰의 애플리케이션의 형태로 제공되는 모바일 음악 감상 서비스를 이용하는 사람들을 대상으로 연구를 수행하였다. 연구결과 SNS와 연동하는 모바일 음악 감상 서비스의 동기는 사회적 현존감과 긍정적인 상관관계가 있음이 밝혀졌으며, 하위요인으로 설정한 ‘상호지각, 정서적 유대감, 공동 공간감’과도 모두 유의한 관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 즉, 자신이 실시간으로 듣던 음악을 선택하여

8) 전자는 해킹을 하지 않은 상태인 모바일 사운드 미디어에 없는 새로운 기능을 추가해 성능과 활용도를 향상시키는 것인 반면, 후자는 아이팟을 꾸며 자신의 취향과 개성을 표출하는 것으로서 모바일 사운드 미디어를 자기 표현적 테크놀로지로 사용하는 것이라고 하였다.

SNS에 즉각적으로 포스팅할 수 있는 기능은 타인을 지각하고, 그들과 정서적으로 연결되어 있으며, 함께 있는 듯한 느낀 정도를 의미하는 ‘사회적 현존감’과 밀접한 관련이 있다는 것이다. 이는 SNS 이용 행위가 면대면 커뮤니케이션과는 다른 진화된 새로운 소통경험을 제공한다는 연구와 맥락을 같이한다(임영호 김은미, 2011). 이러한 결과를 통해 연구자는 SNS를 통해 음악을 공유하는 행위가 타인과의 대인 커뮤니케이션을 유도하는 동시에 자신을 표출하는 기능을 한다고 주장한다. 이러한 견해는 모바일 사운드 미디어가 가진 핵심기능인 ‘사사화된 청취’에서 벗어나 음악을 공유함으로써 모바일 사운드 미디어가 관계적이고 네트워크적인 기능을 하는 미디어로 변모하고 있는 것을 드러내는 것이다.

4. 선행 연구의 특징과 한계

기존연구들은 모바일 사운드 미디어의 이용문화를 문화기술지적 방법을 활용하여 풍부하게 기술함으로써, 도시생활에서의 음악의 역할에 대해 논의했다는 점에서 의의가 있다. 하지만, 가장 방대한 분량의 연구를 수행한 불의 논의는 몇 가지 한계를 내포하고 있다.

첫째, 모바일 사운드 미디어 이용은 단순히 음악청취 행위에 머무는 것이 아니라, 음원을 관리하고 공유하는 행위까지 포함한다. 불 역시 이러한 측면이 있는 것을 인정하기는 했으나(Bull, 2001a; 2006a), 연구의 중요한 차원으로 다루지 못했으며 모바일 사운드 미디어 미디어만의 특징으로 포착하지 못하였다. 이에 본 연구에서 모바일 사운드 미디어의 이용은 음악청취뿐 아니라, 다운로드, 공유 등을 포함하는 모바일 사운드 미디어를 통한 음악과 관련된 총체적 행위를 모두 포함한 데이터를 수집하여 연구결과를 도출하고자 하였다.

둘째, 멀티태스킹이나 동시행동을 통해 모바일 사운드 미디어의 이용

이 주로 이루어지는 현실을 간과하였다. 그는 모바일 사운드 미디어를 이용할 때 다른 작업을 하면서 음악청취를 할 수 있다는 면은 인정하였으나 이것이 어떠한 맥락하에서 함께 수행되는지를 살펴보지 못하였다. 본 연구에서는 기존 연구에서 다루지 못했으나 모바일 사운드 미디어 이용에서 핵심적인 현상인 미디어 이용의 동시행동에 초점을 두고 연구를 수행하려 한다.

셋째, 연구대상자를 아이팟 이용자에게만 한정하였다는 점이다. 기설(2011)과 보드라카(Boradkar, 2006)의 연구에서도 동일한 연구 대상 분포를 보이는데, 이는 모집단이 모바일 사운드 미디어 전체 이용자가 아니기에 일반화하기에 다소 한계가 있다. 다시 말해, 아이팟 이용자는 애플이라는 특정 브랜드를 선호하는 사람들로서, 개인적 성향이나 취향 면에서 유사한 집단일 것이다. 이러한 집단만을 연구대상으로 삼은 것은 특정한 모바일 사운드 문화현상을 설명하는 데에는 유용하나, 일반화시키기에는 다소 한계가 있다. 특히, 모바일 사운드 미디어가 다른 미디어에 융합되면서 다양한 플랫폼을 통해 음악청취를 하는 사람들이 늘어나는 현시점에서, 이러한 연구대상은 현실을 적절하게 반영하지 못한 표집이다.

넷째, 이제까지의 연구들은 대부분 인터뷰를 활용한 질적 연구들이었다. 질적 연구는 사회의 한 현상을 이해하는 데 심층적인 해석을 한다는 점에서 유용하나, 이렇게 획일적으로 연구방법을 택한 것은 문제라 할 수 있다. 본 연구에서는 이재현(2009)의 크로노토프 분석을 통하여 모바일 사운드 미디어 이용의 관계적 맥락을 실증적으로 살펴보려 한다.

제2절 미디어 이용 패턴에 관한 연구

1. 기능주의적 관점에 입각한 이론적/방법론적 접근

미디어의 기능주의적 접근은 사회체계의 행위와 현상이 기능적으로 상호의존적이라는 것을 전제로 하며, 미디어의 도구적 이용 측면에 초점을 맞춘다(이재현, 2006). 이러한 접근은 개인적 차원, 사회경제적인 차원, 그리고 미디어 자체 관련 이론 차원, 이렇게 세 가지 수준에서 연구가 진행됐다.

개인적 차원의 연구는 이용자를 능동적 이용자로 전제 한 이용과 충족 이론을 토대로 한 연구들이 대부분이다. 이용과 충족접근은 미디어가 근본적으로 경쟁하고 있다고 가정하고, 미디어를 선택함에 ‘기대’ 혹은 ‘충족감’이 핵심적 기제라고 설명한다. 즉, 이용자가 서로 다른 미디어의 이용 동기가 있으며, 이러한 심리적 동기를 충족시키는 미디어를 각기 선택한다는 것이다. 이용과 충족 접근은 미디어 선택의 원인을 개인의 심리적 차원에서 설명해냈으며, 새로운 매체를 탐색적으로 연구함에 유용한 접근법이다. 하지만, 이를 측정하는 데 있어 두 가지 면에서 한계를 나타낸다(강명신, 2002; 이준호, 2002). 첫째, 이용 동기를 측정함에 회상에 의한 수치를 기록하기에 실제 어느 정도의 충족이 발생하는지는 알 수 없다. 둘째, 미디어별로 충족의 정도를 계량적으로 측정 및 비교하기가 어려워 미디어 간 관계에 대한 실증적인 검증을 하기 어렵다. 즉, 상호 보완적으로 또는 상호 대체적으로 작용하는지 실제로 확인하는 데 다소 한계를 보인다.

스마트폰의 등장으로 기존의 MP3플레이어는 완벽히 대체될 것인가? 아니면 보완재로서 유지될 것인가? 혹은 아무런 영향을 미치지 않을까? 미디어 대체 가설은 이렇게 새로운 미디어와 기존 미디어 간의 관계를

설명하는 개념 중 하나이다. 상대적 불변이론은 미디어 대체가설의 시초적인 개념으로서, 사회경제적 차원에서 미디어 이용을 바라본 것이다. 이 이론의 주된 논리는 새로운 미디어가 시장에 진입하고 채택되면 새로운 미디어가 오래된 미디어를 대체하게 된다는 것이다.⁹⁾ 하지만, 미디어가 상호 공존하는 현상을 설명하지 못한다는 점에서 이론적 한계를 드러낸다. 미디어의 ‘기능적 대안’ 개념은 이러한 문제를 극복한 것으로서, 미디어들 사이의 기능적 유사성이 있을 때에는 미디어 간 대체 관계가 발생하며, 그렇지 않으면 보완관계가 나타난다고 본다. 이것은 이용과 충족 접근에 기초하는 것으로서, 대부분의 기존연구는 이러한 기능적 대안의 관점에서 전통적 미디어와 새로운 미디어 사이의 경쟁과 공존관계를 밝히려 하였다. 하지만, 동일한 연구대상을 놓고도 상반된 연구결과가 나오고 있는데, 이는 이론적 검증이 필요하며, 또한 미디어 선택에 새로운 분석 틀이 제시될 수 있음을 암시한다.

미디어 이용과 관련한 세 번째 차원의 연구는 개별 미디어가 갖추는 능력에 관한 것으로서 적소 이론을 토대로 한 연구가 이에 해당한다. 적소 이론은 미디어가 어떻게 한정된 자원을 가지고 경쟁과 공존을 하는지를 설명하는 이론으로서, 한정된 자원을 두고 개체군 간의 경쟁 관계를 규명하는 생태학 이론에서 발전하였다. 적소 이론의 기본전제는 두 개 이상의 미디어가 동일한 자원에 의존하고 있는 정도가 이들 미디어 사이의 경쟁 정도가 된다는 것이다(Dimmick, 2003).¹⁰⁾

적소는 ‘공동체에 주어진 전체 자원 공간의 한 부분’을 의미하며(임정수, 2006), ‘적소 폭’(niche breath), ‘적소 중복’(niche overlap), ‘경쟁

9) 하지만, 경제학적 이론에 근거한 이 개념도 미디어 대체 여부를 확일적으로 설명하고 있다는 점에서 여전히 상식적인 추정의 수준을 크게 넘어서지 못하는 것으로 보인다는 한계를 지닌다(이재현, 2005).

10) 여기서 ‘한정된 자원’의 개념은 연구자에 따라 크게 이용시간이나 이용 동기 두 가지로 구분하여 개념화되어 왔다. 적소 이론에서 경쟁이란 자원이 한정되고 생태학적 유사성이 존재할 때 발생하는 것이다.

우위'(superiority)가 이론의 주요개념이다.¹¹⁾ 적소 폭은 만족범위의 다양성, 적소 중복은 유사한 만족감의 중복, 경쟁우위는 만족의 우위를 뜻한다. 결과적으로 적소 이론은 미디어를 선택에서 적소 폭이 넓고, 경쟁우위에 있는 미디어를 선택하게 된다고 설명한다. 적소 이론의 장점은 경쟁 관계의 정도를 구체적인 수치로 제시할 수 있다는 것이다. 적소 이론이 미디어의 경쟁과 공존을 알아보는 데 일정 부분 유용한 분석 틀이기는 하지만 이 이론 역시 이용과 충족이론에 기반을 둔 것이기에 미디어선택을 단편적인 시각으로만 설명한다고 볼 수 있다.

이용과 충족이론은 한 개인이 최대한 만족할 수 있는 미디어 채널을 선택하는 것을 가정하고, 채널선택과 관련하여 어떻게 그리고 왜 채널을 사용했는지에 대한 이해를 도와준다. 하지만, 기존의 연구들은 이용 가능한 다른 미디어선택을 고려하지 않았으며, 전체적인 시스템 수준에서 이루어졌기에 다매체 시대 미디어 이용 패턴을 설명하는 데에는 다소 무리가 있다. 이를 극복하기 위하여, 일부 연구자들은 미디어 레퍼토리 개념을 도입하여 미디어 간의 경쟁 관계를 분석해왔다(심미선, 2007). 미디어 레퍼토리란 사람들이 콘텐츠를 이용함에 규칙적으로 선택하는 미디어의 세트라고 정의할 수 있다(임종수, 2007). 여기서 중요한 것은 주어진 넓은 선택의 폭에도 이용자는 미디어 수용에서 자신이 즐겨 이용하는 미디어 목록을 형성하는 레퍼토리를 구성한다는 사실이다(김진영, 2004). 레퍼토리 개념은 채널 레퍼토리로부터 장르 레퍼토리, 프로그램 레퍼토리, 웹 레퍼토리로 그 적용범위가 확대되는데, 다매체 환경에서는 미디어 레퍼토리까지 적용될 수 있다(김은실 외, 2009). 미디어 레퍼토리는 미디어 중심적 이용행위에 대해 더욱 잘 설명할 수 있으며, 미디어 조합에 따른 유형별 분석에 유용한 개념이라고 볼 수 있다(심미선,

11) 적소 폭(niche breadth)은 미디어 기능의 다양성, 적소 중복(niche overlap)은 둘 이상 미디어의 기능의 유사성, 경쟁우위(competitive superiority)는 미디어 우위의 방향과 정도를 측정하는 지수로서, 미디어 간의 상대적 경쟁력을 측정해서 나타내는 것이다.

2007).

실제로 미디어 이용을 조사하면서는 (1) 개별 미디어 이용에 관한 조사와 (2) 미디어 통합조사에 따라 구체적인 방법이 달라진다. 개별미디어 이용에 관한 조사는 신문열독률, 시청률(피플미터), 인터넷 트래픽 및 이용, PC Log, 전화이용 등의 방법이 이용되며, 미디어 통합조사에는 광고매체 조사(MCR), 생활시간 조사(KBS, 통계청) 등이 이용된다. 이외에도 LifeLog나 SenseCam과 같은 방법이 사용된다(이재현, 2009).

이렇게 미디어 이용을 조사하는 방법론의 핵심은 ‘미디어’를 어떻게 파악하느냐이다. 즉, 어떠한 기준을 가지고 미디어를 개념화하며, 또 미디어 이용행위를 기준으로 집단화하느냐가 핵심이다. 최근에는 이제까지의 고립주의적 접근에서 탈피해, 미디어의 관계적 맥락을 고려하여 미디어 이용을 조사하는 연구들이 생겨났다. 미디어 매트릭스, 미디어 레퍼토리는 이러한 관점에서 미디어 이용 패턴을 조사하는 데 적용되는 개념이다.

2. 선행연구의 특징과 한계

미디어 기능주의적 접근은 결국 새로운 미디어와 전통적 미디어의 관계를 대체재 혹은 보완재의 개념으로 보는 것이다. 이러한 관점은 미디어 선택의 과정을 일부 설명하기는 하지만 몇 가지 한계점을 지닌다. 첫째, 일부 연구자들(심미선 · 김은미 · 이준웅, 2008; 김은미 · 이혜미 2011)이 지적했듯이, 미디어 대체와 보완의 논의들은 미디어의 관계를 단순히 경쟁으로 파악하는데 이는 미디어 이용을 설명함에 단편적인 시각만을 제공한다. 다중매체 환경에서는 미디어 이용자 개인의 특징을 연구하는 것이 더욱 중요할 수 있으며(심미선 · 김은미 · 이준웅, 2008), 다매체 환경이 되면서 미디어 이용자들은 하나의 미디어는 다른 미디어로 대체되는

것이 아니라 효용성을 고려하여 두 미디어를 적절히 사용하거나(심미선, 2007), 혹은 TV와 인터넷과 같은 미디어는 연계적으로 이용될 수 있다(김은미 · 이혜미 2011). 예를 들어서, PC와 스마트폰은 경쟁하는 것이 아니다. 스마트폰에서 획득하기 어려운 만족감을 PC를 통해 얻음으로써 이 둘은 서로의 기능을 보완할 수 있다.

둘째, 이용과 충족 접근에서 미디어 선택에서 핵심적 기재라 할 수 있는 ‘기대감’, 즉 ‘이용 동기’가 과연 미디어 이용이 보편화된 현재 상황에 적용할 수 있을지 하는 문제이다. 미디어 이용이 일상의 습관적 행동이 되었으며 유사한 기능을 하는 미디어가 많아진 상태에서, 미디어 선택에 더욱 중요한 기재는 ‘편의성(usability)’일 수 있다. 즉, 미디어 행동을 하는 상황에서 더욱 편리하게 사용할 수 있는 미디어를 선택한다는 것이다. 이때 편의성이란 인터페이스의 단순함(simplicity)과 생활행동과의 연관성을 의미한다. 전자는 사용자가 쉽고 간단하게 자신이 원하는 바를 얻을 수 있으며, 직관적인 작업을 가능케 하는 것을 생각해 볼 수 있다. 후자는 미디어 이용은 필연 일상의 행동과 함께 이루어지게 되는데, 이와 연관지어 편리하게 사용할 수 있는 미디어를 의미한다. 실제로 편의성은 지난 10년 동안 디지털 미디어 비즈니스 분야에서 핵심적인 성공요인이었다(Aaron Shapiro, 2012). 또한, 이용자가 예상치 못한 즐거움(fun)을 주는 미디어를 선택할 가능성도 크다. 결과적으로 이제 이용과 충족 접근만으로 다중 미디어 이용 패턴을 설명하는 것은 한계가 있으며, 새로운 접근법을 모색해야 한다.

셋째, 이재현(2006)이 지적했듯이, 기능주의적 접근은 미디어의 도구적 이용에만 초점을 맞추면서 미디어 이용을 미디어 영역 내에 국한하는 고립주의적인 시각을 띤다. 미디어 이용에는 두 가지 패러다임이 있는데, 관계적 접근과 고립주의적 접근이 그것이다. 고립주의적 접근이란 두 가지 의미가 혼용되어 사용되는데, 구체적으로 미디어 간의 관계를

고려하지 않은 채 개별 미디어에만 주목하거나 미디어 이외의 행동들은 배제한 채 미디어 영역에만 국한하여 미디어 이용을 조사하는 연구경향을 의미한다. 이러한 관점은 ‘융합’과 ‘연계’를 특징으로 하는 디지털 미디어 시대의 미디어 관계를 해명하지 못하기에, 타 미디어와 사회적 맥락에서의 미디어 이용을 고려하는 관계 주의적 접근으로의 전환이 필요하다. 미디어 이용은 미디어 이용 시간뿐 아니라 생활시간 자체를 재할당한다는 면에서, 미디어 이용은 전체 사회적 맥락의 관점에서 살펴볼 필요가 있다.

이상의 논의로 미루어 볼 때, 미디어 이용을 분석하는 보다 통합적이고 포괄적인 접근법이 필요하다고 볼 수 있다. 이에 본 연구에서는 미디어 이용의 관계적 맥락을 분석하는 데 적합한 크로노토프 분석을 적용하려 한다.

제3장 이론적 배경

제1절 모바일 사운드 미디어를 통한 새로운 음악 소비 방식

모바일 사운드 미디어는 MP3와 같은 디지털 포맷의 음악파일을 잘 재생해주는 기능적인 면에 초점이 맞춰져 있었다. 더 나은 음질, 디자인에 따라 기기별 차이는 있었지만, 이용자의 기대치는 음악파일을 충실하게 재생하는 것으로 어느 정도 충족할 수 있었다. 그러나 이제는 음원의 재생은 당연한 일이며, 재생되는 음악에 대한 추가적인 정보를 알려주며, 음악을 편리하게 검색할 뿐 아니라 취향에 맞게 추천도 해주어야 한다. 즉, 미디어가 제공하는 서비스와 경험의 질이 중요해진 것이다. 결과적으로 모바일 사운드 미디어는 음악재생에서 음악을 서비스하는 기계로 바뀌었다.

전통적으로 모바일 사운드 미디어 이용은 음악 청취 - 음원 관리 - 음원 공유의 세 차원으로 구분해 볼 수 있었다. 그러나 스마트폰과 SNS의 발달로 인해 언제 어디서든 연결된 사회에서 음원을 다운로드 하는 방식보다는 스트리밍 하는 형태로 바뀌고 있으며, SNS와 스마트폰 앱을 통해 음원 공유의 형태는 다양화되며 확대되고 있다. 이러한 과정을 통해 음악청취의 개념이 수동적 듣기에서 적극적 행위로 바뀌고 있는 것이다. 이는 모바일 사운드 미디어의 이용이 단순히 ‘소비’를 넘어서서 ‘생산’과 ‘공유’의 차원으로 나아가는 것을 의미하는 것이다.

<표 1> 전통적인 모바일 사운드 미디어 이용의 개념화

전통적인	음악 청취	모바일 사운드 미디어를 통해 재생 목록에 있는
------	-------	---------------------------

모바일 사운드 미디어 이용		음악을 듣는 행위로서, 몰입해서 듣는 경우와 그렇지 않은 경우 모두를 포함하는 활동
	음원 관리	PC와의 연계를 통해 컴퓨터에 저장된 음악파일(모바일 사운드 미디어)이나 네트워크를 통한 음악파일을 선택하고 이를 MP3플레이어에 다운로드 받아서 재생 목록에 추가하거나, 기존 MP3플레이어 속에 있는 곡 중 일부를 삭제하는 등의 행위를 통해 재생 목록을 관리하는 행위
	음원 공유	모바일 사운드 미디어를 가지고 이루어지는 대인 커뮤니케이션의 행위로서, 온라인 커뮤니티를 통해 음악파일을 주고받으며 커뮤니케이션을 하는 행위

1. 음악공유 기능의 확대

스마트폰과 SNS 서비스가 확산 되면서 음악을 청취하는 행태가 달라졌다. 혼자 음악을 듣는 데서 그치지 않고 SNS를 통해 여러 사람과 같이 감상하고 느낌을 공유하는 것이다. 실제로 페이스북 측이 공개한 자료로는 세계적인 음원 사이트들이 페이스북과 연동 되는 서비스를 시작한 지 6주 만에 15억 건을 기록했다. 구체적인 통계수치를 보면, 지난 7월 14일부터 서비스를 시작한 스포티파이(Sporify)는 400만의 가입자를 기록했고, 모그(MOG)는 페이스북 사용자가 이전대비 246% 증가한 것으로 나타났다. 또한 알디오(Rdio)는 새 가입자 수가 30배 증가했고, 슬랙커(Slacker)는 9월 이후 한 달에 한 번 이상 사이트에 접속한 사용자 수가 11배 이상 증가한 것으로 집계됐다. 이렇게 SNS와 결합한 모바일 음악 청취가 보편화하면서 음악을 들으면서도 자신과 관계를 맺고 있는 사람들과 실시간 연결되었고, 이는 다양한 경험을 교환하는 것을 가능케 한다. 또한, 이러한 청취 형태는 음악을 함께 즐기고 소통하는 행위로서, 음악청취의 기본적 기능인 정서적 고취 외에도 대인 커뮤니케이션과 자

기표출의 기능을 수행하는 것이다.

모바일 사운드 미디어를 통해 음악을 청취하는 이용자는 모바일 가상 공간을 음악을 통해 사람들과 소통하고 관계를 맺는 공간으로 활용하며, 혼자 이동하는 시간에도 타인과 상호작용할 수 있게 된다. 그러면서 물리적 공간과 가상공간 사이에서 다양한 음악적 체험을 하게 된다. 이들은 커뮤니케이션에 참여하는 이용자와 가상적 공존(virtual coexistence)을 경험하며, 다중적인 사회적 공간을 점유하게 된다(Lesya Palen, Marilyn, 2006).

클레이 셔키(C. Shirky)는 인터넷과 스마트폰으로 연결된 이용자는 자유롭게 쓸 수 있는 ‘1조 시간’을 가지고 있다고 하면서 이를 ‘인지 잉여’라는 새로운 사회적 자원으로 개념화하였다. 그리고 이렇게 인지 잉여가 많아진 집단은 새로운 행동방식을 보이며 창조와 공유의 활동을 수행할 수 있게 된다고 주장한다. 이를 모바일 사운드 미디어 이용에 적용해 보자면, SNS를 통해 음악을 통한 커뮤니케이션이 활성화되면서 새로운 음악체험 방식이 나타난다는 것이다. 이는 가상합창단과 같은 구체적인 사례에서 가시화되어 나타난다고 볼 수 있다. 가상합창단은 물리적으로 전 세계적으로 떨어져 있는 사람들이 가상공간에의 ‘참여’를 통해 새로운 형태의 합창단을 구성한 것이다. 우선 합창단을 구성하고 싶은 이용자는 유튜브에 곡을 쓴 뒤 그 곡을 지휘하는 영상을 유튜브에 올린 후, 소프라노와 알토, 테너, 베이스 파트의 음악을 사람들이 따로 내려받을 수 있게 한다. 그러면 전 세계 네티즌들은 유튜브 영상 속의 지휘에 따라 원하는 파트를 직접 노래한 후 영상을 업로드한다. 이러한 과정이 집단으로 일어나면서 하나의 합창단이 구성되게 되는 것이다.

그런가 하면 음악공유의 확대는 음악 SNS 서비스로 특화되어 나타나기도 한다. 이는 유사한 음악 성향이 있는 사람과 관계를 맺고 음악에 대한 대화를 나눌 수 있는 새로운 패러다임의 서비스를 제공하는 것이

다. 이러한 앱들은 음악을 감상하며 트위터와 페이스북 등 다양한 SNS 채널을 통해 다른 이용자와 함께 음악과 아티스트, 앨범에 대해 의견을 주고받으면서 새로운 친구 맺기와 관계유지를 가능하게 한다. 예를 들어, tastebuds.fm는 음악 감상이라는 취향을 만남의 매개체로 사용한다. 이용자가 좋아하는 아티스트 세 명의 이름을 검색 창에 입력하면 비슷한 취향을 가진 데이트 상대를 찾아준다. 이렇듯 전혀 다른 복수의 사용자 경험이 섞이면서 새로운 경험을 제공한다.

2. 음원 관리 기능의 변화

스마트폰의 확산함에 따라 음원을 다운로드 받아 감상하던 음악 소비의 패러다임도 크게 변화하여, wifi나 3g 네트워크로 접속을 통해 언제 어디서나 원하는 음악을 실시간으로 청취하는 시대가 왔다. 스트리밍이란 음원 파일을 휴대폰에 직접 다운로드 받지 않고 웹과 스마트폰을 무선으로 연결해 음악을 감상하는 것이며, 데이터 저장용량의 제한을 받지 않고, 원하는 곡을 언제 어디서나 마음대로 찾아서 들을 수 있다는 것이 장점이다. 1990년대 ‘음반’ 시대, 2000년대 ‘음원’의 시대를 거쳐 ‘음접’의 시대가 온 것이다. 스마트폰의 빠른 보급으로 2010년 상반기 스트리밍 재생 횟수가 2009년 상반기 대비 28% 증가해 약 38억 8000건을 기록했다(음악산업백서, 2010). 특히 디지털 음원 저작권 징수규정 개정안이 적용되는 2013년부터는 스트리밍 서비스 이용이 더 늘어날 것이다(음악산업백서, 2010).

이제 모바일 사운드 미디어 이용자들은 음악파일을 서로 다른 장치로 동기화하여 저장할 필요가 없으며, 모바일 사운드 미디어나 휴대폰의 저장용량을 걱정하지 않아도 되고, 플레이리스트나 추천리스트를 친구들과 손쉽게 공유할 수 있다. 예를 들어, 아마존의 클라우드 플레이어와 연계

된 음악서비스의 이용자들은 MP3 파일을 다운로드 받을 수도 있지만, 아마존 클라우드 플레이어를 이용하면 다운받지 않고 스트리밍 상태로 음악을 즐길 수가 있다. 클라우드 서비스를 이용하기 때문에 음악파일을 PC 혹은 MP3플레이어나 휴대폰에 별도로 저장하지 않아도 되며, 다만 접속에 대한 비용이 지불한 기간이라면 언제 어디서나 음악을 들을 수 있다. 결과적으로 이용자들은 음원을 소유하는 것이 아니라 접속이 허락 되는 동안에 음악을 잠시 대여하는 것이다.

이러한 변화는 콘텐츠의 소비가 다운로드에서 스트리밍으로 전환되는 미디어 환경의 변화와 연관된다. 인터넷은 대부분 고정된 웹 사이트였던 1세대에서 다이내믹 웹으로 대변되는 2세대, 콘텐츠와 사용자가 인터랙션하는 3세대를 거쳐 데이터를 다운로드하지 않고 인터넷 접속만으로 콘텐츠를 소비하는 스트리밍의 시대로 들어선다(메타트렌드연구소, 2012). 스트리밍의 보편화는 데이터의 전송 방식의 변화를 보여주는 지표일 뿐 아니라 소유보다는 경험을 중시하는 미디어 이용 패턴을 내포하는 것이다. 상품을 소유하는 데에는 큰 비용이 필요하므로 구매에 더 많은 노력과 시간을 들여야 한다. 상품을 같은 기간에 소유하면 영원히 내 것이 되지만 경험의 질은 시간이 지날수록 줄어든다. 하지만, 상품을 대여하게 된다면 같은 기간 내에 더욱 다양한 경험을 할 수 있게 된다. 그러므로 경험을 중시하는 미디어 이용환경에서는 더 적은 비용으로 짧은 기간에 제품을 공유하거나 대여하고, 더 많은 제품을 경험하는 것을 선호하게 된다(메타트렌드연구소, 2012).

제2절 미디어 이용의 관계적 맥락

‘미디어 이용의 관계적 맥락’이라는 용어는 여러 의미로 해석이 가능

한데, 그 이유는 ‘관계’라는 단어가 지칭하는 대상의 다중성 때문이다. 우선 ‘미디어 이용의 관계’란 1) 미디어 - 미디어, 2) 미디어 - 이용의 맥락, 3) 이용자 - 이용자가 맺는 관계로 구분하여 살펴볼 수 있다.

1) ‘미디어 - 미디어’의 관계는 미디어 이론 연구에서 핵심적이라 할 수 있는 볼터와 그루신의 ‘재매개¹²⁾’, 마노비치의 ‘문화인터페이스’의 핵심 전제이다. 미디어는 언제나 과거의 기술이나 체계, 행동과 밀접하게 연관되어 있다. 예를 들어서 휴대전화는 분명 이미 존재하던 대인 커뮤니케이션의 수단이므로 유선전화와 같은 다른 커뮤니케이션 채널과 연관 지어 이해해야 한다. 다시 말해, 완전히 새로운 기술, 즉 기존의 그 어떤 행동과도 연관이 없는 기술은 그다지 유용성이 없다. 따라서 새로 등장한 미디어의 영향은 반드시 대체, 개선, 혹은 확장의 대상인 기존 미디어와 새로운 미디어의 차이에서, 그리고 더욱 중요하게는 이러한 차이에 대한 이용자의 반응에서 생긴다. 즉, 미디어 - 미디어의 관계란 하나의 미디어는 고립되어 존재하는 것이 아니라 다른 미디어, 사회적 맥락 등의 관계 속에서 존재한다는 관점으로 정리해 볼 수 있다. 이재현(2006)은 미디어 - 미디어의 관계가 크게 두 가지로 구성된다고 주장한다. 첫째, 미디어 콘텐츠를 구성하는 요소들 사이의 관계를 기준으로 하여, 플랫폼 상호연계성, 텍스트 상호연계성, 미디어 상호연계성 이렇게 세 가지 차원이 있으며, 둘째, 하나의 미디어와 다른 미디어 사이의 관계로서, 재매개 - 연계 - 융합의 차원에서 관계적 맥락이다.

2) 미디어 - 이용자에 대한 관계는 대부분의 커뮤니케이션학의 연구가 속하는 범주이다. 미디어와 이용자에 대한 관계는 S-M-C-R-E 모델을 기반으로 하여 미디어가 이용자에게 미치는 영향에 관한 연구와 이용과 충족을 기반으로 하여 이용자가 미디어를 선택하는 기제를 설명하는 연구, 그리고 이용자와 미디어가 상호작용하는 HCI와 관련된 연구 등이

12) 다른 미디어를 차용(borrow)하고, 개선(improve)하고, 개조(refashion)해내는 형식(style)논리

대표적 사례다. 사실 ‘미디어 이용’이라는 단어에는 미디어와 미디어를 이용하는 이용자의 관계 자체가 전제되어 있다. 그러므로 미디어와 이용자에 대한 관계는 미디어 연구의 핵심이라 할 수 있다. 본 연구에서는 미디어 - 이용자에 대한 관계를 살피되, 구체적으로 세 가지 의미로 조작화한다. 첫째, 미디어 이용이 시공간의 맥락에서 이루어진다는 것이다. 모바일 사운드 미디어 이용과 관련된 기존문헌들은 고립주의적 시각을 주로 채택했기에 사회적 문화적 맥락에서의 이용 패턴 및 관습을 간과하였다. 그런데 사회적·문화적 맥락은 모두 일상의 시공간에서 이루어진다.¹³⁾ 둘째, 미디어 이용이 동시행동, 그러니까 동시행동으로 이루어진다는 의미이다. 이는 미디어 이용과 미디어 이용 간의 관계를 의미하는 것이다. 셋째, 미디어와 이용자 사이에는 이용하는 시간의 흐름 속에 반복되어 나타나는 패턴이 있는데, 이 연구에서는 ‘미디어 리듬’이라는 개념을 구성하고 6장에서 알아보았다.

세 번째 차원인 이용자 - 이용자의 관계는 모바일 사운드 미디어 연구의 대인적 차원을 규명한 정경미의 연구가 대표적 사례라 할 수 있다. 본 연구에서는 첫 번째 차원인 미디어 - 미디어의 관계를 기본전제로 하되, 미디어와 이용자가 갖는 관계에 초점을 두어 연구를 수행하려 한다.

1. 시공간의 맥락

미디어 이용이 이루어지는 시공간은 역사적이며 사회관계적인 의미를 지니는 것이다. 시간과 공간의 의미는 누구에게나 동일한 것이 아니라, 상호관계적 조건에 따라 변화하는 것이다. 그러므로 시간과 공간은 단지 물리적 극복대상으로 이해되어서는 안 되며, 역사적이며 사회적인 관계

13) 기본적으로 이 연구는 언급하는 시공간은 물리적 공간뿐 아니라, 사회적/역사적/문화적인 맥락까지 포함하는 개념이다.

를 담고 있는 구성물로 파악되어야 한다. 이렇듯 시공간은 미디어 이용이 이루어지는 가장 기본적인 맥락이자 역사적인 맥락으로서 미디어 이용을 조사함에 일차적으로 고려해야 할 대상이다.

또한 ‘미디어가 일상생활을 변화시켰다.’라는 기본적인 명제는 결국 ‘미디어가 시공간활용의 방식을 바꾸었다.’라는 것과 등치될 수 있는 것이다. 왜냐하면, 일상생활이란 시간과 공간을 조직함으로써 일정한 행위를 영위해나가는 것으로서 해석할 수 있기 때문이다.

모바일 사운드 미디어 이용과 관련된 기존문헌들은 고립주의적 시각을 주로 채택했기에 사회적 문화적 맥락에서의 이용 패턴 및 관습을 간과하였다. 그런데 사회적·문화적 맥락은 모두 일상의 시공간에서 이루어진다.¹⁴⁾ 그러므로 본 연구는 미디어 이용이 시공간의 맥락에서 이루어지고 있다는 것을 기본전제에 둔다. 시공간의 맥락하에 구체적 모바일 사운드 미디어의 미디어 - 미디어 수준의 관계적 맥락에 대한 논의는 이재현(2007)의 연구에서 이미 수행되었으나, 미디어 이용 자체가 이루어지는 시공간적 맥락에 대한 연구는 부재하다. 본 연구는 모바일 사운드 미디어 행동이 시공간의 맥락하에 이루어짐을 보여주하고자 했다. 이때, 미디어 행동은 ‘미디어를 이용하여 이루어지는 모든 행위’를 의미한다. 본 연구에서는 이재현(2004)에서 이용한 미디어 매트릭스의 개념을 차용하여, 미디어 행동을 구분하려 한다. 미디어 매트릭스란 하나 또는 그 이상의 미디어 플랫폼으로 구성되는 이용자 개인별 미디어 구성체, 그리고 그것에 의해 구성되는 매개공간으로서, 미디어 소비자가 여러 미디어 플랫폼을 넘나들면서 동시적으로, 비 동시적으로 관여하는 멀티플랫폼 행위와 연관이 깊다. 미디어 매트릭스를 사용해야 하는 이유는 두 가지로 집약해 볼 수 있는데 첫째, 미디어 매트릭스는 미디어 사용 자체에 초점을 맞추었기에 미디어 간의 조합을 설명하는 데 유용하다. 둘째, 미디어 매

14) 기본적으로 이 연구는 언급하는 시공간은 물리적 공간뿐 아니라, 사회적/역사적/문화적인 맥락까지 포함하는 개념이다.

트릭스는 다중 미디어를 동시적 또는 비동시적으로 넘나들면서 사용하는 미디어 이용행태를 망라하여 잘 설명할 수 있다. 그렇기에 MP플레이어의 일차적 행동(Primary activity)과 배경 행동(Background activity)을 함께 분석하기에 적합하다.

한편, 사회적 요인에 따른 집단별 속성에 따라 미디어 이용 패턴이 시간공간적으로 어떻게 달라지는지를 살펴볼 필요가 있다. 모바일 음악 미디어가 과거에는 여성 친화적이었다는 주장이 있는데(신현준, 2007), 이렇듯 성별이나 소득, 나이, 학력, 직업 등 사회적 요인이 미디어 이용 패턴을 바꾸는 요인이 될 수 있다. 가령 젊은 세대가 나이 든 세대보다 MP3 플레이어 이용을 빈번히 하며, 음악을 좋아하는 사람이 그렇지 않은 사람보다 MP3플레이어 이용에 더욱 적극적이라고 예상할 수 있다.

2. 미디어 행동 간의 동시행동

멀티태스킹(multitasking)이란 일상생활에서 경험하는 복수과업의 동시수행 활동(Kenyon & Lyons, 2007)으로서, 병행처리와 병렬처리로 구분할 수 있다. 병행처리란 특정한 시간 내에 두 개 이상의 작업을 함께하는 것이며 병렬처리란 서로 다른 일을 동시에 수행하는 것이다. 미디어 행동 간의 멀티태스킹, 즉 병렬처리와 병행처리는 다중미디어 환경에서 미디어 이용 패턴을 설명하는 지표일 수 있기에 학문적 관심사로 부상하였다. 청각콘텐츠는 인터넷과 모바일의 확산으로 업무 간의 복잡성 및 병행성이 증가하는 추세에 따라 가벼운 업무와 병행할 수 있는 장치로 사용되고 있다(이중식 윤석훈, 2007). 예를 들어서, 스마트폰을 통해 이메일을 확인하고 문자를 보내거나 앱을 이용하면서 모바일 사운드 미디어를 이용할 수 있게 된다. 구체적으로 모바일 사운드 미디어 이용의 동시행동이라 함은 일차적 행동(primary activity)과 배경 행동(back

ground activity)으로 기능하는 것이다. 여기서 일차적 행동(primary activity)이란 행동에 대한 관여의 정도가 높은 행동이며, 배경 행동(background activity)이란 상대적으로 그렇지 못한 것을 의미한다. 이는 앞서 언급한 미디어 이용의 질적인 측면과 연관되어 설명할 수 있는데, 몰입의 정도가 높은 것은 일차적 행동이라 할 수 있으며, 상대적으로 낮은 것은 배경 행동이라 할 수 있다.

필로타와 그의 동료(2004)는 매체의 동시 소비 현상을 구체적으로 분석한 결과, 응답자 중 50% 이상이 매체의 동시 소비 활동을 하고 있으며, 인터넷 + TV > TV + 온라인 > 신문 + TV 순으로 매체조합이 이루어지는 것으로 나타났다. 2005년에 이루어진 후속연구에서도 응답자의 40% ~ 65%가 매체를 동시에 소비하고 있는 것으로 나타나는데, 이 연구에서는 온라인과 라디오 이용자의 매체 동시 소비량이 가장 많았다. 강미선(2011)은 두 가지 이상의 매체를 동시 소비하는 매체 소비 행태를 경험적으로 고찰하고, 이에 따른 매체조합을 추출하였다. 이를 위해 서울시민을 대상으로 설문조사를 한 결과, TV, 인터넷, 핸드폰이 매체 동시 소비의 주역으로 나타났다. 소비자는 통상 주 매체와 보조매체를 구분하지만, 인터넷이 보조매체일 때 예외적인 현상도 보였다.

모바일 사운드 미디어를 통한 음악청취가 배경 행동이 될 수 있다는 것은 모바일 사운드 미디어의 미디어적 속성에 관한 두 가지 함의를 지닌다.

첫째, 복합 시간성의 미디어로 이용할 수 있음을 함축한다. 홀(hall,)은 시간적 조직화의 방식을 기준으로 하여 단일 시간성과 복합 시간성으로 시간개념을 구분하였다. 전자가 엄격한 시간구분과 스케줄에 의해 순차적으로 행동을 하는 것을 특징으로 한다면, 후자는 상대적으로 느슨한 시간구분과 동시에 비교적 유연한 시간 스케줄을 가지고 행동하는 것을 의미한다. 이러한 시간구분을 모바일 사운드 미디어 청취에 적용해 보면, 단일 시간적 이용 패턴은 계획적인 음악청취로서, 일차 행동이자 단

일행동으로서 높은 집중도를 보이는 것과 연관된다면, 복합 시간적 이용 패턴은 비계획적이며, 배경 행동이자 동시적 행동으로써 이용하는 음악 청취에 대한 산발적 집중을 보이는 것이라 할 수 있다.

둘째, 모바일 사운드 미디어가 다중적 관여가 이루어지는 미디어라는 것을 암시한다. 다중적 관여란 현대 클릭 미디어의 특징으로서(이재현, 2005b), 시각·청각·촉각 등 다중 감각에 소구하는 동시적인 감각경험이 이루어진다는 것을 의미한다. 결국, 다중적 관여를 경험한다는 것은 모바일 사운드 미디어와 다른 미디어를 동시에 이용함으로써, 청각 외의 감각경험을 체험할 수 있게 된다는 의미이다. 이러한 예로는 모바일 사운드 미디어를 통한 음악청취와 스마트폰의 게임 앱을 함께 이용함으로써, 시각과 촉각의 감각을 동시 경험하게 되는 것을 들 수 있다. 이러한 현상은 청각의 미디어인 모바일 사운드 미디어가 촉각의 미디어로 전환되는 것을 의미한다. 스마트폰을 통한 음악 앱이 보편화하면서 청각과 촉각을 동시에 자극하는 ‘햅틱 리스닝(haptic listening)’이 보편화할 가능성도 있다고 추측해 볼 수 있다.

제3절 새로운 미디어 이용분석법의 제안:

크로노토프 분석

1. 미디어 이용에 있어 시공간적 접근법의 필요성

우리는 시공간 속에 존재한다. 일상생활의 모든 활동은 시공간의 맥락하에 이루어진다. 시공간은 ‘순간’과 ‘틈’이 들어갈 수 없는 연속적인 것이다. 우리는 이 연속적인 체계를 분할하고 조직화하며 일상생활을 구성해 나간다. 동일하게 주어진 시공간을 효율적으로 할당하고 조정하는

것은 순전히 개개인의 몫이다. 미디어의 발달은 시간과 공간의 개념을 새롭게 써나가며 이용자로 하여금 자신의 경계를 확장시키게 한다. 즉, 근대적 삶의 양상을 규정하고 제한하였던 시공간이 이제는 미디어로 인해 관리하고 조정할 수 있는 수준의 것이 된 것이다. 이 지점에서 우리는 시간과 공간은 삶의 양식이란 관점에서 검토할 필요가 있다는 것을 알게 된다. 그렇기에 시공간에 대한 사회과학적 연구가 어떠한 식으로 전개되었는지, 이 중에서도 미디어 연구에서 시공간이 다뤄지는 방식과 함의에 대하여 고찰하는 것은 중요한 연구과제이다.

시간 공간의 매커니즘을 사회적인 차원에서 볼 때, 이제까지의 연구는 현상학적 연구, 공간생산의 이론, 그리고 아비투스¹⁵⁾의 관점 이렇게 세 가지로 구분된다(이진경, 1997). 첫째, 현상학적 연구에서 분석되는 시공간은 대개 ‘체험적(le vecu)’인 것이다. 즉, 시간이나 공간이 이용자에게 어떠한 방식으로 체험되는가를 통해 시간과 공간의 의미를 도출하는 것이다. 이푸 투안(Tuan, 1995)은 이러한 입장을 채택한 대표적인 학자인데, 그는 현상학적 방법의 축을 공간과 인간의 관계로 설정하며, 주로 공간경험의 일반적 양상에 대해 연구했다. 쾰(S. Kern) 역시 현상학적 입장으로 분류되는 학자이다. 그는 체험된 시간을 분석하는 현상학적 방법을 통해, 환자들의 시간 공간적 표상체계가 변화하는 원인을 도출하려 했다. 그는 투시법으로 서구 근대의 공간적 단일성이 해체되고, 시간과 공간의 통합되는 것에 의해 공간적 체험이 이루어진다고 주장한다. 하비(D. Harvey)의 시공간 압축(Time-Space Compression)¹⁵⁾이라는 개념은 이러한 쾰의 연구의 영향을 받은 것이다.

둘째, 공간생산의 이론과 관련된 사회학적 연구로서, 시공간을 함께 다루기는 하지만 보다 공간에 관심을 기울인다. 르페브르(Lefebvre)와

15) 데이비드 하비는 개인의 의사결정과 공공 의사결정에 드는 시간지평이 축소되는 한편, 위성통신과 운송비용의 하락으로 그러한 의사결정이 멀리 떨어진 여러 지역으로 즉시 전파되는 현상을 시공간 압축이라고 불렀다.

하비(Harvey)를 이러한 입장의 연구자로 볼 수 있다. 이러한 공간적 전환(spatial turn)은 19C 이전 시대에서 시간을 공간의 우위에 있는 개념으로 파악하는 했던 것과 달리, 1980년대 이후 공간패러다임이 사회과학 전반에서 부상하게 된 것과 연관이 깊은 학술적 흐름이다. 르페브르와 하비(Harvey)의 핵심 주장은 “사회적 공간은 사회적 생산물이다.”라는 언명으로 요약할 수 있는데, 여기에는 자연적인 공간은 소멸하며, 모든 공간은 고유한 리듬을 갖고 있다는 의미를 내포한다. 르페브르와 하비에게 있어 공간이란 “사고, 행동, 지배, 통제의 도구로 권력의 지배를 실행하는 장”이다. 이러한 관점의 연구들은 공간의 문제를 공간적 실천의 문제로 정립했다는 점에서, 현상학적 입장과는 달리 사회학적 연구와 연관된다고 볼 수 있다.

셋째, 시간과 공간을 사회적/역사적으로 상이한 아비투스로서 다루는 것이다. 엘리아스(N. Elias)는 시간을 사회의 외부적 강제를 내부적 규제로 전환하는 일종의 사회적 제도이자, 사회구성원들 간의 소통을 가능하게 해주는 사회적 상징으로 본다(N. Elias, 2002). 다시 말해, 그는 시간을 자기규제의 원리로 만드는 사회적 아비투스이자 동시에 개인들의 사회적 통합을 가능하게 해주는 상징이라고 본 것이다. 부르디외(P. Bourdieu)는 문화권에 따라 시간개념이 다르다고 주장한다. 그리고 시간을 사회적 및 역사적으로 다르게 사람들의 삶의 리듬을 조직화하는 아비투스라고 한다. 스리프트(Thrift, 2000)는 르네상스 이후 자본주의 발전 과정에서 시계적 시간이 자본주의적 시간의식의 기저를 형성하면서, 근대적 시간이 사회적 통제 메커니즘으로서 정립되는 과정에 대해 보여줬다. 이러한 입장의 연구들은 현상학적인 체험의 차원을 넘어서며 개개인들이 특정한 사회 속에서 규율과 아비투스를 익힘으로써 근대적인 주체로 되어가는 과정을 설명해준다. 이는 시간과 공간을 시간적 및 공간적 실천의 문제로 보았던 르페브르와 유사하지만, 개인이 시간을 통해 규율을

연계 되는 하는 과정에 주목한다는 점에서 차이를 보인다.

사회과학에서 이러한 맥락으로 진행된 시공간 연구는 자연스럽게 미디어 연구에도 영향을 미쳤다. 구체적으로 시간성과 공간성의 주요한 개념을 미디어 환경에 적용함으로써 연구가 전개되었는데, 시간성 차원에서는 주로 공간생산이론과 아비투스¹⁶⁾의 관점에서의 수행된 연구들로서 르페브르의 일상성과 리듬 분석(rhythmanalysis)¹⁶⁾, 톰슨(thompson)의 시간규율¹⁷⁾ 등이 있으며, 공간성과 관련해서는 산보객(flaneur)¹⁸⁾, 비장소(non-place), 미디어 침투공간(mediated space¹⁹⁾) 등이 있다. 하지만 이러한 시간성 공간성의 연구들은 시간과 공간이 통합적이라는 점을 전제하거나 혹은 인식하면서도 이를 중요하게 고려하지 않았으며, 대개 시간과 공간을 분리하여 분석하였다.

최근의 미디어 연구에서 시공간성에 대한 논의는 휴대전화의 이용으로 미디어 이용자의 공간인식과 행태가 변한다는 연구(황주성 외, 2004), 휴대전화 이용으로 인해 일상생활의 미시조정(micro-coordination)과 장소의 다의성(polysemy of place)가 어떻게 구성되는지, 공적 장소의 규범을 어떻게 재구성하는지에 대한 논의(이동후 외, 2005; 이동후 2006)

16) 르페브르는 일상을 평범하고 반복적이라고 보며 이러한 일상에서 시간과 공간은 함께 생각해야 하는데, 이 둘을 이어주는 것이 리듬이라고 한다.

17) 톰슨(Thompson, 1967)에게 있어 핵심개념은 시간규율이다. 그는 사회적 시간규율이 근대 산업자본주의의 소산임을 밝혔으며, 사람들은 이제 직무지향에서 벗어나 시간지향을 가지게 되었다고 주장했다. 시간규율과 관련된 연구는 미디어로 인한 노동, 여가, 생활시간 패턴의 동시화(이재현, 1997)와 같은 미디어 연구에 적용됐다.

18) 산보객은 '19C 파리'라는 시공간적 조건과 '어슬렁거리기(strolling)', '보기(looking)'라는 행위적 조건을 내포하는 것으로서, 미디어 연구관점에서 플라너르는 시각문화의 발달을 살펴보는 데 유용한 개념이다. 이는 슈와르츠(Schwartz)가 플라너르를 구경꾼(spectator)이라고 재 개념화한 데에서 비롯된다.

19) 장소(non-place)는 "그 자체로 인간적인 장소가 되지 못하는 공간"(Auge, 1995, pp. 77~78)으로서, 슈퍼모더니티에서의 네트워크 상황에서 무언의 커뮤니케이션이 이루어지며, 측정되고 계량될 수 있으며, 매개된 실재를 경험하게 되는 공간이다(Auge, 1995, p. 79). 미디어 침투 공간들에는 하이퍼 매개의 논리가 지배하는데, 볼터와 그루신(Bloter & Grusin, 1999, p. 216)은 도시와 쇼핑몰이 대표적인 미디어 침투공간이라고 했다. 이러한 탈공간 / 탈역사화된 비인간적인 비장소에서 개인들에게 현재성을 끊임없이 부여하는 것은 공간 속에 침투해 있는 사운드이다.

가 있었다.

미디어 이용 연구에서 시공간을 통합하여 보는 연구는 구체적으로 어떤 의미가 있는 것일까? 이에 대해서는 세 가지로 답할 수 있다. 첫째, 시공간은 미디어 이용이 뿐 아니라 모든 사회적 행동이 이루어지는 가장 기본적인 범주이다. 그럼에도, 모바일 미디어 연구에는 시간성 측면의 연구만 이루어졌을 뿐, 공간성 차원에서 모바일 미디어 이용에 대한 고려는 등한시 되었다. 실상 모바일미디어가 보편화하면서 공간 축이 갖는 의미가 새롭게 주목받고 있는데, 이는 모바일 콘텐츠나 사람이 이동하면서 공간의 흐름이 바뀌기 때문이다. 이렇듯 시공간을 통합적으로 보는 연구는 이러한 디지털 미디어 시대의 도시공간을 파악하는 데 기초자료를 제공한다.

둘째, 시공간은 미디어 이용 패턴을 결정하는 하나의 중요한 변인이 될 수 있다. 즉, 미디어를 선택함에 시공간적 조건이 핵심 요인이 된다는 것이다. 예를 들어, 출근 시간에 모바일 사운드 미디어 이용이 급격히 증가하는 것처럼 어느 한 시점에 습관화된 행동으로 인해 특정미디어를 사용하게 될 가능성이 있다. 또한, 미디어를 이용하는 시간의 간격에 따라 선택이 달라질 수 있다. 예를 들어, E-Book과 종이책 중에서 이동하거나 짧은 시간 동안 혹은 무계획적으로 이루어지는 독서라면 전자를 택하지만, 비교적 장시간 동안의 독서를 계획한다면 후자를 선택할 가능성이 크다. 또한, 공간성의 차원에서 이용자가 사적공간으로 점유하는지 혹은 공적 공간으로 점유하는지에 따라 미디어 선택이 달라질 수 있다. 이는 미디어의 기능이 유사할 때, 시공간적 제약이 다른 어떤 조건보다 선택에서 핵심적인 변수가 될 수 있음을 시사한다.

셋째, 미디어와 일상생활이라는 미디어 연구의 중요한 연구주제와 관련하여, 시공간 이용 패턴은 풍부한 논의를 가능하게 할 수 있다. 무어스(Moors, 1988)는 방송이 일상생활의 구조 속에서 어떻게 자리 잡는지

를 정확히 평가하기 위해서는 시공간성에 대한 연구, 구체적으로 사람들의 시공간 경로(time-space paths)에 대한 연구가 필요하다고 지적한다. 그리고 시간 지리학의 방법을 도입해 일상생활에서의 상호작용 네트워크를 검토할 수 있다고 언급한다.

2. 크로노토프 분석의 제안

크로노토프(chronotope)란 그리스어 시간(chronos)과 공간(topos)을 결합한 말로써, 단어 자체의 의미가 ‘시공간성’을 뜻한다. 이 용어는 바흐친의 문학비평개념에서 유래한다. 바흐친(Bakhtin, 1988)은 크로노토프를 “재현된 시간적 공간적 범주의 성질에 따라 텍스트를 연구하기 위하여 구분한 단위”라고 하는데, 시간과 공간이 불가분의 관계를 맺고 있다는 것이 이 개념의 핵심이다. 그는 크로노토프가 작가가 말하려는 이념, 구체적인 사건이 형상을 얻을 수 있도록 하는 토대라고 한다. 왜냐하면, 시간과 공간의 도움 없이는 어떠한 사건도 일어날 수 없기 때문이다. 크로노토프는 공간과 시간의 상호관계를 이해하고 표현하는 특수한 방법으로, 시간을 역사적으로 그리고 공간을 사회적으로 이해하는 것이다. 그러므로 크로노토프는 ‘사회-역사적 관계의 특수한 복합체’로 가장 잘 번역될 수 있을 것이다.

실제로 문학작품을 분석함에 있어 크로노토프는 이야기의 마디가 맺어지고 풀어지는 곳이며, 그 의미가 드러나는 곳이다. 예를 들어, ‘길’ 크로노토프는 그리스 로맨스에서는 우연적이고도 사적인 만남과 사랑을, 기사도 로맨스에서는 신을 향한 분명한 진리의 길을 형상화하는 구체적 공간으로 다루어진다. 결국, 크로노토프는 인간이 경험을 이해하는 한 방법이며, 이를 통해 삶의 실재성을 획득할 수 있다.

그러나 바흐친 크로노토프의 개념은 다소 모호한데, 이에 따라 많은

논란이 생겨나기도 했다. 왜냐하면, 바흐친이 한편으로 칸트의 선형적 직관형식으로서 시간 공간 개념을 수용하면서 또 다른 한편으로는 아인슈타인의 경험적 상대적 시간 공간 개념을 동시에 받아들였기 때문이다. 하지만, 이러한 역설적인 부분이 오히려 문학작품의 분석도구로서의 바흐친의 크로노토프 개념을 특히 독창적이고 생산적인 것으로 만드는 요소라는 견해도 있다(gary sol, 2003). 왜냐하면, 칸트적 시간 공간 개념과 아인슈타인의 시간 공간 개념은 학문적으로는 절대적으로 단절된 관계인 것처럼 보이지만, 실제로 사람들의 삶과 의식에 영향을 미치는 시간 공간은 칸트적인 동시에 아인슈타인 적이다(서정철, 2002). 즉, 시공간은 둘 중에 어떠한 개념으로만 정의되는 것이 아니라, 인간의 의식 속에서 경험적으로 구성되지만 때로는 선형적인 것처럼 영향을 주기도 하는 것이기 때문이다. 결과적으로 바흐친의 크로노토프 개념은 시공간의 이러한 면을 잘 포착한 것이라 할 수 있다.

바흐친의 크로노토프 개념의 특징적인 점을 파악해 미디어 연구에 적용하기 위해, 논의를 확장시켜 해석해 보자면 다음과 같다.

첫째, 바흐친의 시공간은 역사적/문화적 맥락에서 형성된 것으로서, 이는 미디어 공간에 적용될 수 있다. 이때, 바흐친의 시공간은 사회 문화적 담론의 의미를 생산하는 시공간이며, 미디어 공간은 “미디어 이용자 또는 미디어 콘텐츠가 이동, 활동하는 공간”이다(이재현, 2009). 바흐친에게 있어 모든 문화적 생산은 특별한 역사의 순간에 전개되는 사회적인 것이므로(이소문, 2007), 그것은 사회적이고 역사적인 맥락에 의해 형성되는 것이고 시공간은 이러한 함의를 포함하는 것이다. 이는 오늘날의 미디어 이용자가 물리적 공간 안에 속해 있으면서 동시에 관계적이고 사회적인 공간, 또한 일상생활의 내러티브 속에서 특정한 행동을 수행하게 되는 것과 연관이 깊다. 또한, 바흐친에 따르면 소설 속의 인물들은 그들 주변에 자신들만의 특별한 소세계, 즉 자신들만의 크로노토프를 창조

해 놓는다고 하는데(Bakhtin, 2006), 이를 미디어 이용자차원에서 보자면, 다양한 패턴으로 미디어를 이용함으로써 미디어 이용자들이 자신만의 크로노토프를 창조하게 된다고 볼 수 있다.

둘째, 바흐친은 절대주의적이고 목적론적인 직선적 시간관보다는 순환적인 시간관에 더 관심을 보였는데, 이러한 시간관은 미디어 이용에서 복합 시간성과 연관된다. 여기서 직선적 시간관은 인간이 태어나서 죽을 때까지를 출발에서 목적지에 이르는 직선으로 보는 것으로서, 선형적이며 완결 지향적이라는 점에서 홀의 단일시간성 차원과 연관된다. 반면에, 순환적 시간은 삶과 죽음을 봄에서 겨울로, 또 겨울에서 봄으로 계절이 순환하듯 커다란 우주적 생성과 파괴의 주기의 한 부분이라고 보는 것으로서, 순환적이며 과정 지향적이라는 면에서 복합 시간성과 연관된다. 결과적으로 이렇게 이중적으로 시간을 파악한 그의 생각은 오늘날 모바일 미디어로 인한 동시행동, 복합 시간성의 개념을 인정하는 것이라 할 수 있다. 그가 “크로노토프란 해방공간과 같은 역사적 시간에서부터 초긴장의 순간까지 연관된다.”라고 하면서 시간을 층위로 나눈 것은 이러한 맥락에서 해석될 수 있다.

셋째, 바흐친의 크로노토프 개념은 시간지리학과 일맥상통하는 점이 있다. 크로노토프는 공간 안에서 시간을 객관화하는 중요한 수단으로 작용하면서, 소설의 구체적인 재현의 중심이 된다. 그에게 인간은 추상적 개념이 아니라, 시공간 내 사건으로서, 소설의 시공간적 관계망 좌표에 놓인 일종의 통합체이다. 이는 인간의 행위를 시공간의 좌표평면에 시각화함으로써 시간을 객관화시키는 시간지리학의 주요 전제와 유사한 것이다. 또한, 사건을 기술하고 재현하기 위한 기본적 토대로서 주요 크로노토프와 종속 크로노토프가 있다고 전제하는 데, 이는 미디어 행동에서 일차적 행동(primary activity)과 배경 행동(background activity)의 개념으로 바꾸어 생각해 볼 수 있다.

이재현(2009)은 이러한 개념을 미디어 연구에 적용함으로써, 미디어 이용에 서 ‘시공간성(timespace)를 기록하는 것(graphy)’이 중요하다고 지적한다. 즉, 시공간을 기준으로 미디어 이용 패턴을 분석해야 한다고 주장한 것이다. 이러한 크로노토프 접근의 기본 가정에는 미디어 이용의 시공간성 외에도 미디어 이용의 다중성, 다층위성, 관계적 맥락, 물리적-가상적 공간의 매끄러운 통합이 있다.

크로노토프 분석의 유용성은 세 가지로 정리해 볼 수 있다. 첫째, 미디어 이용의 관계적 맥락을 파악하는 데 유용하다. 둘째, 미디어 이용이 시공간의 맥락에서 상호작용하고 있음을 직접 확인할 수 있다. 셋째, 미디어가 일상생활의 시/공간 활용에 어떠한 영향을 주는지 알아볼 수 있다. 시간 재할당 가설이 미디어가 미친 일상생활에서의 영역을 시간성 차원에서 살펴본 것이라면, 크로노토프 분석은 미디어가 일상생활의 패턴을 어떻게 변화시키고 있는가를 시공간성 차원에서 확장하여 볼 기회를 제공한다.

결과적으로 크로노토프가 역사적으로 문화적으로 다른 집단이 공유하고 경험하는 특수한 시공간에 대한 인식이라면 이것은 본 논문이 연구대상으로 삼고 있는 모바일 사운드 미디어 이용자 집단이 공유하고 경험하는 특수한 시공간을 설명하는 데 유용한 틀이 될 수 있다.

3. 크로노토프 맵핑

1) 시간지리학의 적용

헤거스트란트(Hagerstrand, 1970)에서 시작된 시간지리학은 인간 활동에 영향을 주는 시공간적 상황에 관심을 두고, X-Y 공간 축과 T 시간 축으로 이루어진 시공간 입방체를 이용하여 개인/집단 통행의 시공간

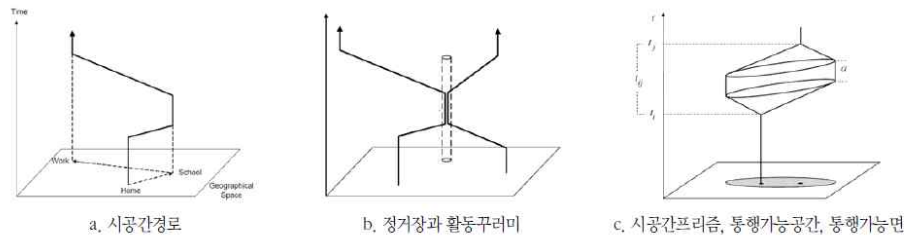
적 특성을 모형화한다. 이를 통해, 시간 - 공간 간의 복잡한 상호작용과 그 상호작용의 결합이 인간 활동 패턴에 미치는 영향을 탐구할 수 있게 해준다. 이제까지 시간과 공간은 개인의 활동을 구조화하는 데 매우 중요한 요소이지만, 공간적 차원과 시간적 차원 중 하나에만 초점을 맞추는 연구가 대다수였다. 그러나 시간지리학은 인간 활동 패턴의 시공간적 차원을 단일한 하나의 분석 틀로 통합한다. 크로노토프 분석법은 이러한 시간지리학을 적용하여, 미디어 이용의 시공간적 차원을 함께 맵핑한다.

시간지리학의 핵심개념은 ‘시공간경로’, ‘시공간프리즘’ 그리고 ‘시공간 입방체’이다.

시공간적 제약을 받는 인간 활동이 시간의 경과에 따라 공간상에 남기는 자취를 시공간경로라고 한다. 예를 들어, 어떤 사람이 아침에 일어나 집에서 출발하여, 오전에 학교를 거쳐 오후에 직장으로 이동한다고 할 때, 이 사람의 이동 경로는 2차원 평면에 표시될 수도 있지만, 여기에 시간 축을 추가하여 이동 경로 상의 시간대별 위치를 3차원 공간상에 표시하면 시공간경로가 된다(a). 시공간경로에서 특정지점에 수렴이 발생할 경우, 이를 정거장이라고 한다. 정거장은 학교, 집, 식당과 같이 일정 시간 동안 활동이 집중되는 장소이며, 시공간경로 상에서는 시간 축에 거의 평행한 직선 형태로 표시된다. 활동이 집중되는 장소인 정거장에서 이루어지는 활동들을 활동꾸러미(activity bundle)라고 한다. 또한, 개별 시공간경로는 특정지점에서 교차하는데, 이 교차점에 나타나는 원통(cylinder) 모양의 지점이 정거장에 해당하고, 여기에서 발생하는 활동들이 활동꾸러미 이다(b).

시공간프리즘은 이용 가능 시간(time budget)에 의해 설명된다. 어떤 사람이 t_i 시각에 집에서 출발하여 t_j 시각에 직장에 도착한다고 할 때, 이용 가능 시간은 t_{ij} 이며, 시공간프리즘은 이용 가능 시간 내에서 시공간경로 상에 표현되는 시공간적 범위를 말한다(c). 또한, 통행 가능 공간

(potential path space)은 시공간프리즘 내부에 그려질 수 있는 가장 큰 입체공간이고, 통행 가능 면(potential path area)은 통행 가능공간을 2차원 평면에 투영한 것이다.



[그림 1] 시간지리학의 주요개념

시간지리학에서의 시간은 거리와 마찬가지로 측정 가능한(time as distance) 개념으로서 (Vasiliev, 1997), 시간에 따른 개인의 이동은 거리를 나타내는 x, y축과 시간을 나타내는 z축으로 구성된 3차원 공간상에 표현될 수 있는데, 이러한 공간을 시공간 입방체라 한다.

다시 말해, 시공간 입방체란 지리적 평면에 시간 축을 추가한 것이다. 이는 시간 지리학적 시각화의 핵심요소로서 개인통행의 시공간경로를 효과적으로 표현한다(Kraak, 2003). 시공간자료는 “언제(when)”, “어디에서(when)”, “무엇을(what)”이라는 세 가지 정보요소로 구성되며 (Peuquet, 1994), 개인통행자료 등의 시공간자료는 이들 세 가지 정보요소의 조합에 의해 다음과 같이 탐색 될 수 있다(Andrienko et al., 2003).

<표 2> 시간지리학의 분석틀

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> · where + when → what : 어떤 공간(where)과 시간(when)에 있었던 객체(what)는 무엇인가? · when + what → where : 어떤 시간(when)에 객체(what)가 있었던 공간(where)은 어디인가? |
|--|

· where + what → when : 어떤 공간(where)에서 객체(what)가 있었던 시간(when)은 언제인가?

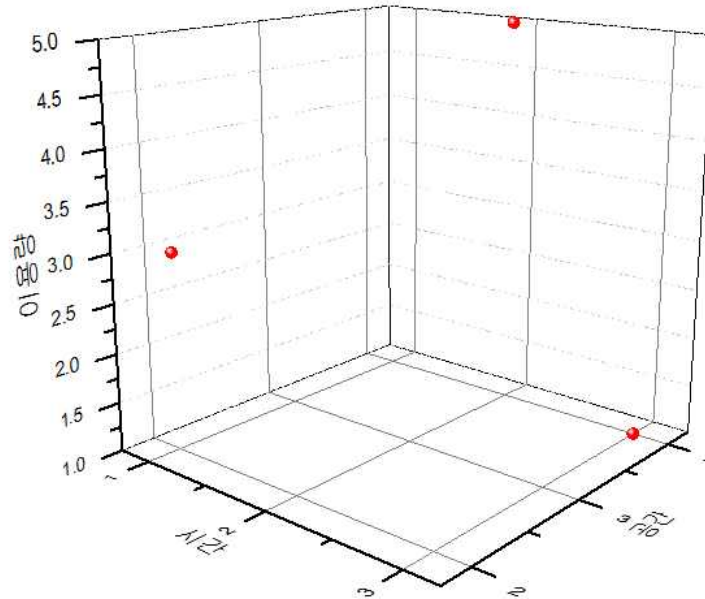
2) 시간지리학과의 차이점

시간지리학의 기본적인 관심은 ‘공간의 이동’이다. 지리학의 주 영역인 공간에 대해 시간 축을 부과함으로써, 인간의 활동패턴을 나누어 보는 것이다. 하지만, 크로노토프 분석의 궁극적인 방향은 이용자의 미디어 이용 패턴을 살펴보는 것이지, 단순히 시간에 따른 공간의 이동을 알아보는 것이 아니다. 결과적으로 맵핑을 하는 방식은 유사해 보이지만 이를 해석하고 논의하는 데에는 다른 방향을 갖는 것이다.

시간지리학은 GIS 데이터를 활용하면서, 활동패턴에 관한 객관적 데이터가 증가하면서 다양한 연구를 수행할 수 있게 되었다. 하지만, 미디어 연구에서 GIS 데이터를 이용하는 데에는 제약이 있으며, 미디어 이용과 관련된 기록은 측정할 수 없다는 점에서 시간지리학을 그대로 적용할 수는 없다. 그렇기에 크로노토프 분석에서는 미디어 다이어리, 시간이용 로그, LifeLog, PC Log, ESM 등을 활용하여 데이터를 수집한다.

시간지리학에서 통용되는 그래프 패턴은 크게 두 가지이다. 시간과 공간, 그리고 이용경로를 표기하는 것과 시간과 공간, 그리고 이용량을 표기하는 것이 그것이다. 이때 이용경로란 개인 혹은 집단이며, 이용량은 대체로 이용자 수이거나 활동밀도(activity density)이다.

크로노토프 맵핑은 아래의 그림과 같이 X축이 시간, Y축이 공간, Z축이 이용량인 그래프로써, 이용량은 이용시간과 이용자 수 두 가지 기준으로 살펴볼 것이다.



[그림 2] 크로노토프 맵핑의 기본형태

제4절 연구문제

이제까지 모바일 사운드 미디어의 사회 문화적 영향과 미디어 이용조사연구에 대한 기존 문헌들을 검토한 후, 기존연구에서는 포착하지 못했던 ‘모바일 사운드 미디어의 이용이 관계적 맥락하에 있다’라는 가설을 검증하기 위하여, 이론적 배경의 논의들을 구성했다. 구체적으로 모바일 사운드 미디어 이용을 개념화하고 미디어 이용의 관계적 맥락과 크로노토프 접근에 대하여 알아보았다. 이와 같은 이론적 배경을 토대로 다음의 연구 문제를 구성하였다.

본 연구는 미디어 행동을 비롯한 여타의 모든 행동이 시공간적 맥락하에 이루어지고 있음을 전제한다. 이러한 모바일 사운드 미디어 이용의 관계를 살피려 한다. 연구문제 1, 2는 모바일 사운드 미디어 이용과 시

공간과의 연관성을 의미하며, 연구문제 2의 ‘이용의 관계적 맥락’은 다른 미디어 행동과의 동시행동을 의미한다.

1. 모바일 사운드 미디어의 이용은 시공간적으로 어떠한 특징이 있는가?

1-1. 모바일 사운드 미디어 이용을 주 행동으로 할 때 나타나는 특징은 무엇인가?

1-2. 모바일 사운드 미디어 이용을 배경 행동으로 할 때 나타나는 특징은 무엇인가?

연구문제 1은 모바일 사운드 미디어가 생활행동과 함께 수행될 때, 어떠한 방식으로 이루어지는지를 살펴보려는 것이다. 이를 크로노토프 맵핑을 통하여 알아봄으로써, 모바일 사운드 미디어 이용의 일반적인 특징을 살펴보려 한다.

2. 모바일 사운드 미디어의 이용은 집단에 따라 시공간적으로 어떠한 특징이 있는가?

2-1. 모바일 사운드 미디어 이용은 성별에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

2-2. 모바일 사운드 미디어 이용은 연령에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

2-3. 모바일 사운드 미디어 이용은 직업에 따라 어떠한 차이를 보이는가?

연구문제 2는 집단에 따라 모바일 사운드 미디어 이용이 어떻게 달라지는지를 파악하기 위한 것이다. 이는 이론적 논의에서 살펴본 것처럼 인구통계학적 변인에 따라 미디어 이용 패턴이 달라질 수 있음을 전제한다.

것이다.

3. 모바일 사운드 미디어의 이용은 미디어의 동시행동과 시공간적으로 어떠한 관계에 있는가?

3-1. 모바일 사운드 미디어의 이용은 매스 미디어와 시공간적으로 어떠한 관계에 있는가?

3-2. 모바일 사운드 미디어의 이용은 대인 미디어와 시공간적으로 어떠한 관계에 있는가?

3-3. 모바일 사운드 미디어의 이용은 상호작용 미디어와 시공간적으로 어떠한 관계에 있는가?

연구문제 3는 모바일 사운드 미디어가 다른 미디어와 함께 수행될 때, 어떠한 방식으로 이루어지는지를 살펴보려는 것이다. 이때 미디어의 동시행동은 대인 미디어, 상호작용 미디어, 매스 미디어로 구분하여 살펴 보았다. 또한, 모바일 사운드 미디어가 주차 행동으로 기능하는지 배경 행동으로 되는지를 알아보려 한다.

제4장 연구방법

제1절 연구 대상자

이 연구는 모바일 사운드 미디어 이용의 관계적 맥락을 분석하려는 데 일차적인 목적이 있기에, 모바일 사운드 미디어 이용자로 연구 대상을 한정하였다. 이 때, 모바일 사운드 미디어란 디지털 음원을 재생할 수 있는 디지털 미디어 기기로서, 스마트폰과 아이패드 등을 포함하는 음악 재생 기능이 있는 모든 휴대용 음악 기기이다. 모바일 사운드 미디어 이용이 비교적 젊은 세대에 더 활성화되어 있다고 판단하여, 20대와 30대를 연구 대상으로 한정했다. 이렇게 모바일 사운드 미디어 이용이 젊은 세대에 활성화되어 있다고 판단한 근거는 두 가지이다. 첫째, 이들은 주로 대중교통을 이용하는데, 이동하는 시간 동안 모바일 사운드 미디어 이용을 할 가능성이 크다. 둘째, 디지털 미디어기기를 조작하는 데에는 비교적 젊은 세대가 유리하기 때문이다.

제2절 분석 데이터

본 논문은 2010년 실시한 KBS 국민생활시간 조사와 KISDI의 스마트폰 이용실태 데이터를 활용하였다.

<KBS 국민생활시간조사> 데이터의 조사 표본은 통계청의 2005년 <인구주택총조사> 1)와 <지역별 인구현황>(2009년 12월 기준) 자료를 토대로 성별, 연령별, 시도별, 지역크기별로 다단계 유층확률표집방법(stratified random sampling)을 사용하여 표본을 추출한 것이다. 자료

수집은 조사원이 가구원과의 직접면접을 통한 조사로 이루어졌으며, 15분 단위로 세부 행동을 미디어 다이어리를 통해 이루어졌다.

KISDI의 <스마트폰 이용실태> 데이터는 코리아 리서치의 70만 패널 중 서울 거주자 420명을 대상으로 미디어 다이어리 조사를 하였다. 자료의 수집은 15분 단위로 미디어의 이용(동시행동 포함)과 이용목적, 이용장소²⁰⁾를 모두 기재하였다. 이 데이터는 스마트폰 이용자의 미디어 행위를 측정하기 위한 것이었으므로 구성원의 연령은 모두 19세에서 39세로 제한하고, 사무직 대 학생의 비율은 2:1, 남녀의 비율 역시 각각 2:1이 되도록 구성함으로써 현재 핸드폰 전체 이용자의 인구통계학적 구성을 반영하였다.

이 연구에서는 미디어를 통한 음악 듣기 행위가 어떠한 식으로 이루어지는가를 알기 위해 KBS 국민생활시간조사를 분석의 대상으로 삼았으며, 연구의 요체라 할 수 있는 미디어 이용의 관계적 맥락(시공간성, 동시행동)을 분석하기 위해서는 KISDI의 <스마트폰 이용실태>의 데이터를 활용하였다.

KISDI의 데이터는 미디어 매트릭스를 활용하여 매체 이용의 측정을 엄밀하게 했으며, 플랫폼뿐 아니라 이용목적까지 기재하게 함으로써 모바일 사운드 미디어 이용 여부를 정확히 가늠하게 했다. 이때 미디어 매트릭스란 하나 또는 그 이상의 미디어 플랫폼으로 구성되는 이용자 개인별 미디어 구성체, 그리고 그것에 의해 구성되는 매개공간으로서, 미디어 소비자가 여러 미디어 플랫폼을 넘나들면서 동시적으로, 비 동시적으로 관여하는 멀티플랫폼 행동과 연관이 깊다(이재현, 2006). 미디어 매트릭스의 유용성은 두 가지로 집약해 볼 수 있는데 첫째, 미디어 매트릭스는 미디어 사용 자체에 초점을 맞추었기에 미디어 간의 조합을 설명

20) 장소는 황주성 외(2009)의 기준으로 (1) 이동공간: 대중교통 자가용 등, (2) 대기 공간: 역 정류장 공항 대합실 등, (3) 상업시설: 커피숍, 식당, 백화점, 마트 등, (4) 레저시설: 공원, 광장, 극장, 경기장 등, (5) 직장 학교 학원, (6) 집, (7) 기타공간으로 나누어 맵핑할 것이다.

하는 데 유용하다. 둘째, 미디어 매트릭스는 다중 미디어를 동시적 또는 비 동시적으로 넘나들면서 사용하는 미디어 이용행태를 망라하여 잘 설명할 수 있다. 그렇기에 모바일 사운드 미디어의 주 행동(primary activity)과 배경 행동(background activity)을 함께 분석하기에 적합하다.

제3절 연구절차

1. 분석수준

이재현(2009)은 크로노토프 분석의 분석수준을 미디어, 이동 경로, 이용단위를 기준으로 아래의 표처럼 6가지로 구분하였다.

〈표 3〉 크로노토프 분석수준

미디어	단일 미디어	다중 미디어
이동경로	이용자의 경로	미디어 콘텐츠의 경로
이용단위	개인적 차원	집합적 차원

본 연구에서는 ‘다중 미디어’ 이용자를 대상으로, ‘이용자의 경로’를 살펴보고, ‘개인적 차원’과 ‘집합적 차원’을 모두 고려할 것이다. 또한, 행동에서 일차적 행동(primary activity)과 배경 행동(Background activity)을 구분하여 분석할 것이다.

2. 자료의 시각화 및 분석 기준

시공간입방체는 활동 가능면 등의 시간지리학 개념을 시각화한다. 시

공간경로는 수집된 이동점들을 연결하여 시간의 경과에 따라 시간 축(z 축) 방향으로 상향하는 이동궤적으로 표현할 수 있다. 시공간입방체의 3차원 표현기법을 통해 시간 - 공간 - 이용자 수, 시간 - 공간 - 이용량 뿐 아니라 시간 - 공간 - 이용경로를 살펴봄으로써 크로노토프의 개념을 시각화하고, 모바일 사운드 미디어 이용을 “언제”, “어디에서”, “무엇과 함께”라는 세 가지 요소들을 동적으로 살펴보도록 하겠다. 또한, 모바일 사운드 미디어 이용의 동시행동을 살펴보기 위해, 일차적 행동(primary activity)과 배경 행동(background activity)을 구분하여 시각화할 것이다.

3차원의 그래프를 그리기 위해, 공간통계기법인 크리깅(Kriging) 기법을 사용하였다. 이 공간적 보간법은 공간상에 있는 점들의 속성값 차이 제공의 기댓값을 나타낸 것으로, 사용 데이터의 대체적인 공간적 분포구조를 파악할 수 있다.

크로노토프 맵핑을 함에, 시간은 15분 단위를 한 눈금으로 하여 그렸다. 이렇게 실제 시간량이 아닌 15분을 기준으로 한 단위시간을 사용한 데에는 두 가지 이유가 있다. 첫째, x (시간), y (공간) 축보다, z (이용량) 축의 숫자가 상대적으로 너무 크면, 그래프의 맵핑이 잘 나타나지 않는 경우가 있기 때문이다. 둘째, 미디어 리듬을 측정하는 기본단위인 15분과 동일한 단위를 사용함으로써, 일관성을 유지하고자 하였다. 즉, 이 연구에서 이용시간의 지표 ‘1’은 15분을 의미하며, ‘3’은 45분을 의미하는 것이다.

공간은 황주성 외(2010)에서 제시한 분류기준을 그대로 적용하였다. 1공간은 1차 장소로서, 집을 의미하며, 2공간은 2차 장소인 회사와 학교를 의미한다. 3차 장소는 네 가지로 구분하였는데, 3공간은 이동 중 교통수단으로서 차, 버스, 지하철 안이며, 4공간은 역, 버스정류장 등의 대기시설이다. 5공간은 식당, 백화점, 마트와 같은 상업시설이고, 6공간은

경기장, 공원과 같은 공공 편의시설로 범주화했다.

동시행동과 관련하여 데이터를 분석해 본 결과, 실질적으로 모바일 사운드 미디어는 스마트폰 > 피쳐폰 > 데스크톱 PC > 책 > 신문 순으로 동시행동하고 있었으며, 이외의 매체는 동시 이용하는 이용자가 거의 없었다.²¹⁾ 이 연구는 이재현(2004)이 제시한 기준을 가지고 매스 미디어, 대인 미디어, 상호작용 미디어를 구분하였다. 단 핸드폰을 가지고 신문/책/잡지를 읽을 경우 매스 미디어로 분류하였으며, 문자나 이메일, 전화 통화는 대인 미디어로 구분하였고, 상호작용 미디어는 게임과 같이 미디어와 인간이 상호작용하면서 얻는 엔터테인먼트 기능을 하는 것으로 분류하였다.

21) 네비게이션, 노트북, 가정용 라디오와 병행 처리 하는 이용자가 각각 1명씩 있었으나 이는 예외적인 현상으로 봐도 무방하다.

제5장. 연구결과

제1절 모바일 사운드 미디어 이용의 기술 통계적 특징

1. 플랫폼별 이용 정도

KISDI의 데이터를 활용하여, 음악청취에 이용하는 매체를 분류하면 다음과 같다.

<표 4> 음악청취에 이용되는 매체: 미디어 매트릭스별 분류

이용매체		이용시간 (분)	비율 (%)
TV	가정용 TV	480	1.75
	DMB 전용단말기	135	0.49
	차량 TV	15	0.054
라디오	가정용 라디오	2295	8.38
	차량용 라디오	450	1.64
PC	데스크톱 PC	3735	13.64
	노트북	1425	5.20
내비게이션		465	1.70
전화기	일반휴대전화(피쳐폰)	1710	6.24
	스마트폰	6510	22.47
오디오기기	가정용 오디오 플레이어	180	0.66
	MP3플레이어	9780	35.73
	차량용 오디오 플레이어	375	1.37
비디오 재생기	가정용 DVD 플레이어	180	0.66
총합		27373	100

음악청취에 이용되는 매체는 다양하지만, 모바일 미디어(MP3플레이어, 스마트폰)에 이용이 집중된 것을 알 수 있다. 이러한 결과를 더욱 분명히 알아보기 위하여, 미디어의 고정 여부를 기준으로 고정미디어 - 차량용 미디어 - 모바일 미디어로 분류한 결과는 다음과 같다.²²⁾

<표 5> 음악청취에 이용대는 매체: 미디어 특징에 따른 분류

이용매체		이용시간 (분)	비율 (%)
고정미디어	가정용 TV	480	1.75
	가정용 라디오	2295	8.38
	데스크톱 PC	3735	13.64
	노트북	1425	5.20
	가정용 오디오 플레이어	180	0.66
	가정용 DVD 플레이어	180	0.66
차량용 미디어	차량 TV	15	0.054
	차량용 라디오	450	1.64
	차량용 오디오 플레이어	375	1.37
	내비게이션	465	1.70
모바일 미디어 (모바일 멀티미디어포함)	DMB 전용단말기	135	0.49
	일반휴대전화(피쳐폰)	1710	6.24
	스마트폰	6510	22.47
	MP3플레이어	9780	35.73
총합		27373	100

여기서 모바일 미디어가 차지하는 비중은 64.93%로 음악청취에 가장 지배적인 플랫폼이라 볼 수 있다. 이는 오늘날의 사운드 소비문화에서 모바일 사운드 미디어 문화가 핵심적인 현상임을 양적으로 보여주는 것이다. 이 연구에서는 모바일 멀티미디어인 DMB 전용단말기를 제외하고, MP3플레이어와 스마트폰 일반휴대전화를 ‘모바일 사운드 미디어’로 분

22) 고정미디어와 모바일미디어로 분류한 기준은 이중식(2005)의 연구를 참고함.

류하였으며, 주 연구대상으로 삼았다. 그렇다면, 모바일 사운드 미디어에서 음악청취가 가지는 비중은 어떠한가?

<표 6> 모바일 사운드 미디어의 기능
중 음악청취의 비중

스마트폰	28.12%
피쳐폰	23.08%
MP3P	91.83%

위의 표에서 볼 수 있듯이, MP3플레이어는 91.83%가 음악청취에 이용되는 음악청취 전용 매체라 할 수 있으며, 스마트폰과 피쳐폰은 다양한 기능 중에서 음악청취가 차지하는 비중이 20%가 넘는 것임을 알 수 있다.

2. 표본의 구성분포

모바일 사운드 미디어 이용자의 구성이 어떻게 분포하였는지 알아보았다.

<표 7> 모바일 사운드 미디어 이용자의 구성분포 (단위: 명)

		MP3P	스마트폰	일반폰
연령대	20대	63	42	10
	30대	10	7	6
성별	남	37	30	7
	녀	36	19	0
직업	대학생	41	20	14
	사무직	32	29	2

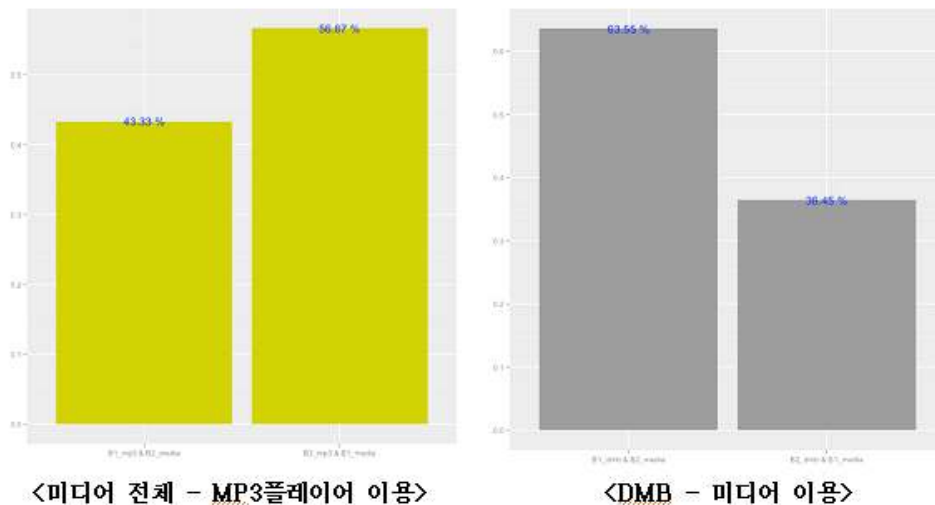
모바일 사운드 미디어 이용자(138명) 중에서 MP3플레이어를 이용하는 비율(52.9%)이 가장 높았으며, 그다음이 스마트폰(35.51%)을 통한 청취였고, 일반 휴대전화(11.59%)를 통한 음악 소비가 가장 낮은 비중으로 나타났다. 이는 모바일 음악 재생기기로 MP3플레이어가 여전히 중

심적 위치에 있음을 나타내는 지표이다. 그러나 이 데이터가 스마트폰 도입 초기인 2010년 12월에 이루어졌음을 고려한다면, 스마트폰이 MP3플레이어를 대체할 수 있으리라 추측할 수 있다. 이렇게 스마트폰을 통한 음악 소비가 증가하는 것은 PC보다 앱을 중심으로 하는 온라인 음악 시장이 커질 수 있음을 시사한다.

연령대별로 봤을 때, 20대가 30대보다 모바일 사운드 미디어 이용이 많았으며, 모바일 사운드 미디어와 스마트폰을 통한 음악 소비 비율 역시 현격히 높았다. 하지만, 여자가 남자보다 일반폰을 통해 음악청취가 더 높은 비중인 것 외에는 성별 간의 차이는 그다지 크지 않았다. 직업 군을 기준으로 볼 때, 대학생이 사무직과 비교하면 모바일 사운드 미디어 이용이 많지만, 스마트폰 이용은 사무직 군이 더욱 높았다.

3. 청각 미디어로서의 특징: 배경 행동으로서의 음악청취

KBS의 데이터를 활용한 결과, 음악 듣기는 이용자 수(전체: 343명)/이용시간(전체: 366.25h) 모두에서 중복행동의 비중(96.2%)이 절대적으로 높은 것으로 나타났으며, 주 행동(11.5%)보다는 배경 행동(88.5%)으로 주로 나타났다. 이는 음악 듣기가 청각 중심적 행위이기 때문에 가능한 것이다. 실제로 시각 중심적 행위인 동영상 보기가 단독행동의 비중이 배경 행동보다 높은 것임을 고려할 때, 배경 행동으로서의 음악청취 행위는 청각 미디어 경험에서의 핵심적 특징이라 할 수 있다. 그리고 이러한 특징은 모바일 사운드 미디어 이용에서도 동일 하였다. 모바일 사운드 미디어를 여타 미디어를 동시 이용할 경우, 모바일 사운드 미디어 이용은 주로 배경 행동으로 나타났다. 모바일 시각 미디어인 DMB와 비교하여 볼 때 이러한 차이는 더욱 잘 확인된다.



[그림 3] 배경 행동으로서의 음악청취

결과적으로 시각 미디어가 주 행동으로 이용되는 반면, 청각 미디어는 배경 행동으로 사용된다. 이는 시각과 청각이 기본적으로 다른 성격을 가진 것이기에 발생하는 결과이다. 즉, 시각은 콘텐츠의 위계층을 발견하기 어렵다면, 청각은 차폐되지 않는 한 소리의 강도와 거리에 따라 위계적인 층을 이룰 수 있기 때문에 배경 행동으로 기능할 수 있다.

4. 이동시간과 모바일 사운드 청취와의 연관성

행위 간의 상관관계를 분석한 결과 음악 듣기는 생활필수행동, 노동, 여가와는 유의미한 관계가 발견되지 않은 반면($p > .05$), 이동과는 유의미한 관계에 있음을 확인할 수 있었다. ($p < .05$). 즉, 이동행위를 많이 할수록 음악 듣기 행위의 양이 증가한다는 것이다.

이동 중에 이루어지는 음악 듣기가 모바일 사운드 미디어를 통해서만 가능하다는 점을 고려할 때, 이동 중에 모바일 사운드 미디어의 이용량

<변인 간 상관관계>

단위: 시간

	생활필수행동	노동	여가	이동
음악 듣기	.9992	.1796	.9999	.000001285

	t	df	cor(상관계수)
생활필수행동	-3.1516	3210	-0.05554049
노동	0.9172	3210	0.01618622
여가	-3.8074	3210	-0.06705995
이동	4.711	3210	0.08286345

[그림 4] 음악청취와 생활행동 변인 간 상관관계

이 증가할 가능성이 매우 크다고 추론할 수 있다. 또한, 이동이 이루어지는 장소가 주로 비장소(non-place)임을 고려할 때, 특정 장소에서 모바일 사운드 미디어 이용량이 많아진다는 것 역시 추론할 수 있다. 이러한 결과는 미디어 이용 패턴을 결정하는 핵심요인으로 시공간적인 제약(이동)이 될 수 있음을 내포하는 의미 있는 것이다.

5. 소결

이 절에서는 본격적으로 연구문제를 해결하기 전에 모바일 사운드 미디어 이용의 기술통계적 특징을 정리해 보았다. 구체적으로 1) 음악청취에 이용되는 플랫폼별 이용현황, 2) 모바일 사운드 미디어 이용자의 구성분포, 3) 배경 행동으로서의 음악청취, 4) 이동시간과 모바일 사운드 청취와의 연관성을 살펴보았다.

음악청취에 이용되는 플랫폼에는 TV(가정용 TV, DMB 전용단말기, 차량 TV), 라디오(가정용 라디오, 차량용 라디오), PC(데스크톱 PC, 노트북), 내비게이션, 전화기(일반휴대전화, 스마트폰), 오디오 기기(가정용 오디오 플레이어, MP3플레이어, 차량용 오디오 플레이어), 비디오 재생

기기(가정용 DVD 플레이어)가 있었다. 이러한 미디어를 고정미디어 - 차량용 미디어 - 모바일 미디어로 분류하여 본 결과, 모바일 미디어를 통한 음악청취의 비중이 64.93%를 차지하는 것을 알 수 있었다. 이를 통해 오늘날의 사운드 소비문화에서 모바일 사운드 미디어 이용 문화가 절대적인 비중을 차지함을 짐작해 볼 수 있다.

이 연구에서는 모바일 사운드 미디어로 연구대상을 한정하였는데, 모바일 멀티미디어로 분류되는 DMB 전용단말기를 제외하고, 일반 휴대전화와 스마트폰, 그리고 MP3플레이어로 연구대상의 범위를 한정하였다. 일반 휴대전화, 스마트폰은 각각 23.08%와 28.12%의 비중으로 음악청취에 사용되고 있었으며, MP3플레이어는 91.83%가 음악청취에 이용되었다.

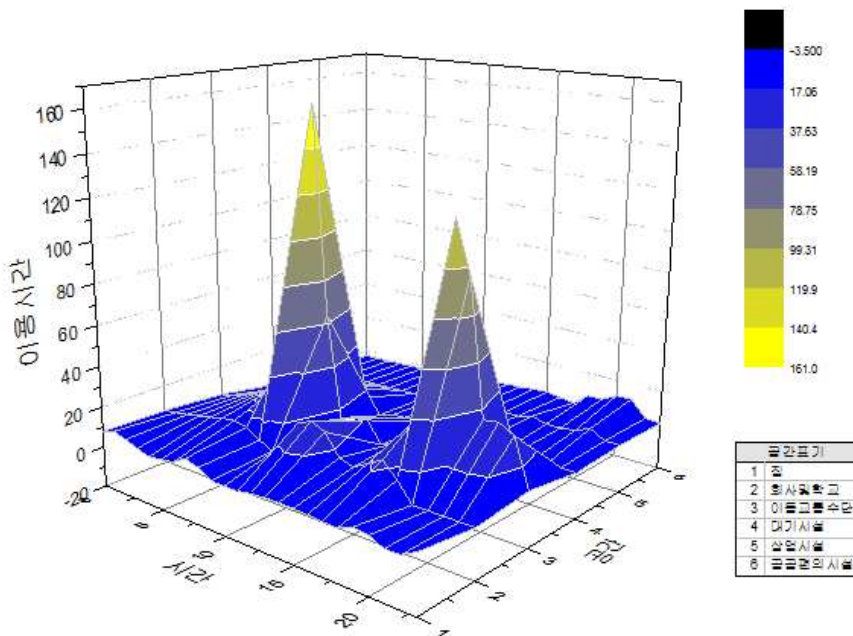
모바일 사운드 미디어 이용자는 MP3플레이어(52.9%) > 스마트폰(35.51%) > 일반 휴대전화(11.59%) 순으로 이용하고 있었다. 인구통계학적 변인에 따른 이용 비율을 살펴본 결과, 20대가 30대보다 이용이 많았고, 대학생이 사무직보다 이용량이 많았다. 하지만, 성별에 따른 차이는 그다지 드러나지 않았다.

음악 청취는 생활행동과 중복되어 나타나는 경우가 절대적으로 많았으며(96.2%), 이때 주 행동보다는 배경 행동으로 나타났다. 이렇게 배경 행동으로서의 음악청취는 청각 미디어 경험에 중요한 관습이라 볼 수 있다. 한편, 음악청취는 생활필수행동, 노동, 여가와는 유의미한 관계가 발견되지 않았지만, 이동시간과는 통계적으로 유의한 관계가 있었다. 이를 통해, 출퇴근이 이루어지는 이동공간에서 음악청취량이 많아진다는 것을 미루어 짐작해 볼 수 있다.

제2절 모바일 사운드 미디어 이용에 대한 크로노토프

[연구문제 1]은 모바일 사운드 미디어 이용이 시공간적으로 어떠한 특징이 있는가를 알아보기 위해 설정한 것으로서, 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프가 가지는 일반적인 특성을 알아보고자 했다. 모바일 사운드 미디어 이용이 주 행동으로 나타날 때와 배경 행동으로 나타날 때를 나누어 분석함으로써, 동시 행동에 따라 미디어의 크로노토프가 달라지는지를 확인하고자 하였다. 이는 추후에 이루어지는 분석에 시초가 되는 맵핑으로서, 3차원 맵핑의 기본 그림 및 측면과 뒷면 모습을 제시함으로써 크로노토프적 특징을 추출하려 하였다.

1. 모바일 사운드 미디어 이용의 시공간적 맥락

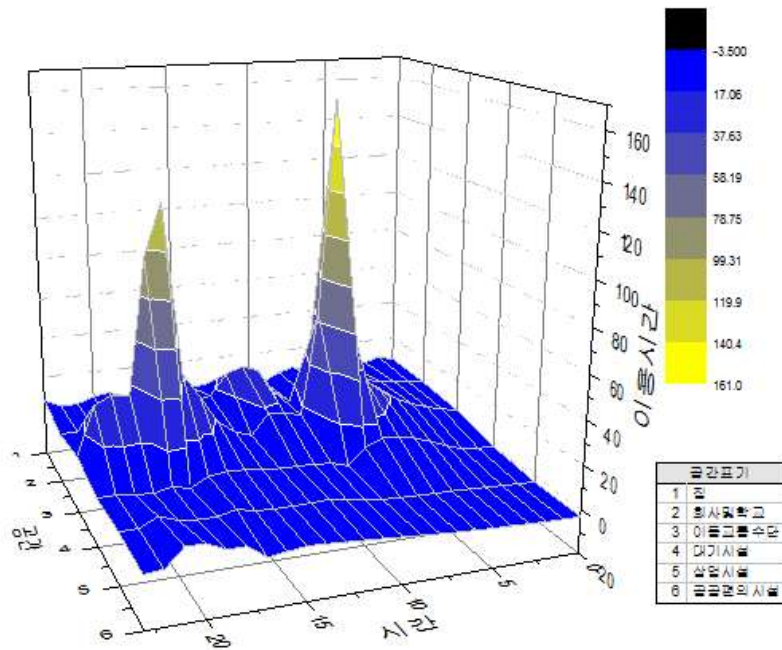


[그림 5] 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프

모바일 사운드 미디어 이용이 시공간적으로 어떻게 일어나고 있는지를 크로노토프 맵핑을 통하여 알아보았다.

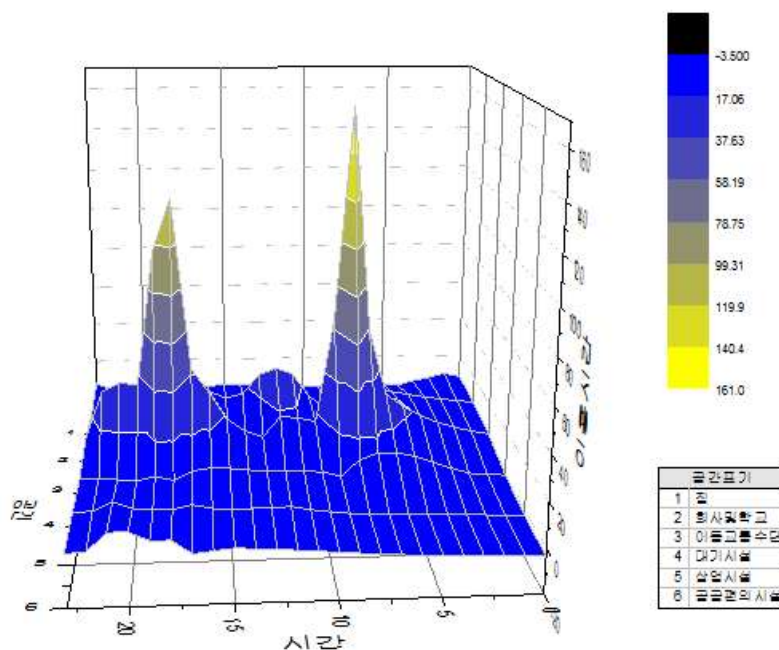
이 맵핑을 통해 일차적으로 알 수 있는 것은 우리가 모바일 미디어를 통해 매개 되는 청각경험에 노출되어 있다는 것이다. 우리는 감각기관을 통해 이루어지던 사운드 소비문화에 대한 인식인 3D 맵핑이라는 그림으로 대체됨으로써, 우리가 미디어를 통해 매개 되는 사운드 경험 속에 둘러싸여 있다는 것이 실증적으로 입증되었다. [그림 5]는 개개인의 모바일 사운드 스케이프의 집합체를 양적으로 표기한 것으로서, 연구 대상자들이 도시공간에서 모바일 사운드 미디어를 통해 어떠한 방식으로 시공간을 활용시키는 것을 드러내는 것이다.

모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 맵핑 입방체[그림 5], [그림 6], [그림 7]는 높이가 다른 두 개의 높은 피크점과 낮은 꼭지점을 지닌 원뿔 형태와 전체 시공간에 널리 분포된 지형을 띄고 있다. 가장 많은



[그림 6] 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 (측면)1

이용량을 보이는 시공간적 맥락은 오전 8:00-9:00 대에 3공간(이동공간)에서 161단위의 시간량을 보였다. 다음으로, 많은 이용량은 18:00-19:00 대에 3공간(이동공간)에서 109단위의 시간량을 보였다. 즉, 출퇴근 시간에 모바일 사운드 미디어를 이용하는 이용자가 많으며, 퇴근 시간보다는 출근 시간에 이용을 많이 한다는 것을 알 수 있다. 음악을 들으면서 업무를 하거나 학습을 할 경우, 일의 효율성이 떨어질 수 있다. 그러므로 모바일 사운드 미디어 이용은 주활동을 하는 시간이 아닌 틈새 시간을 활용해 이루어지기에 이러한 결과를 보이는 것이라 해석할 수 있다.



[그림 7] 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 (측면)2

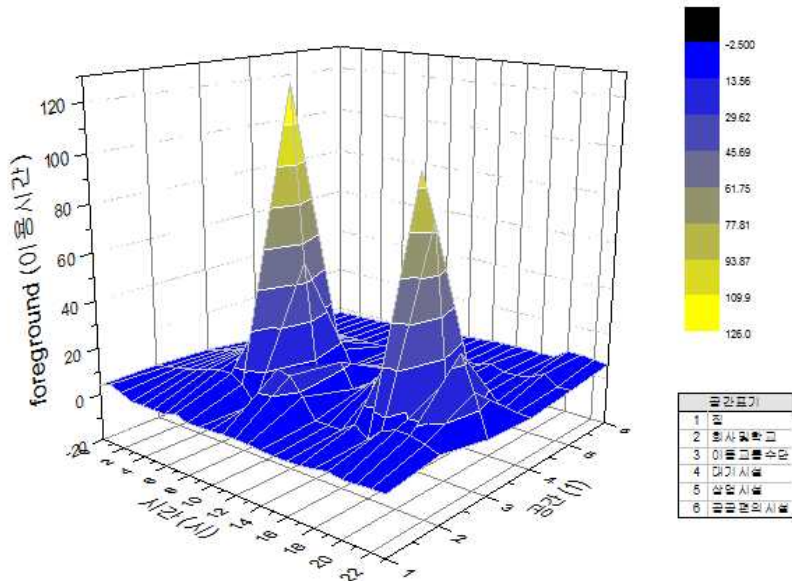
[그림 6], [그림 7]에서는 두 개의 낮은 꼭지점의 모습을 더욱 잘 확인할 수 있는데, 오전 11:00 - 12:00 시간대와 12:00 - 13:00 시간대에 각각 43단위와 47단위의 시간량을 보이며, 22:00 - 23:00 시간대와

23:00 - 24:00 시간대에 각각 46단위와 23단위의 이용시간을 보이기에 비교적 뭉뚱한 모양을 띠는 것을 알 수 있다. 이는 출퇴근 시간을 제외 하고서는 점심시간과 잠자리에 들기 전에 음악을 듣는 것이다. 이때의 음악 듣기는 정서적 안정제로서, 내면의 정서를 조정하는 기능을 하는 것이라고 풀이할 수 있다. [그림 7]을 통해서도 모바일 사운드 미디어의 이용이 비교적 넓은 시공간에 걸쳐 나타나지만, 공간적인 면에서 주로 1,2,3 공간에 분포되어 있음을 확인할 수 있다. 즉, 대기시설과 상업시설, 공공편의시설에서는 모바일 사운드 미디어의 이용이 출퇴근, 점심시간 등 특정 시간대와 상관없이 거의 잘 이루어지지 않는다는 것을 알 수 있다.

2. 모바일 사운드 미디어 이용의 주 행동과 배경 행동

모바일 사운드 미디어 이용과 다른 미디어 이용을 동시행동하는 이용자는 전체 138명 이용자 중에서 50명으로 36.23%의 비중을 차지하고 있었다. 이는 모바일 사운드 미디어의 이용이 생활행동과 결부될 때에는 배경 행동으로 나타나지만, 동시 행동보다는 단독이용의 비중이 높게 나타난다는 것을 알려준다.

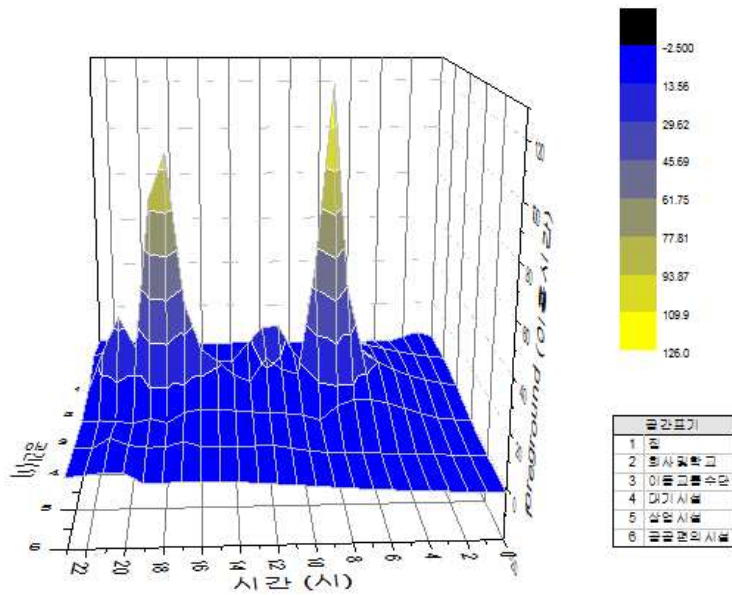
[그림 8]에서 볼 수 있듯이, 모바일 사운드 미디어를 주 행동으로 이용하는 경우의 맵핑과 모바일 사운드 미디어 전체행동(주 행동 + 배경 행동)의 맵핑은 유사한 패턴으로 나타난다. 다만, 12:00 - 13:00 시간대와 22:00 시간대 근처의 이용량이 전체 행동보다 더욱 집중된 형태로 나타난다[그림 9]. 이를 앞의 결과와 결부시켜 해석해보자면, 모바일 사운드 미디어 이용자는 1공간에서 2공간으로 이동하는 동안 음악감상을 하되, 이때의 음악에 대한 몰입도(attention)는 비교적 높은 편이라 할 수 있다. 한편 [그림 10]에서 볼 수 있듯이, 모바일 사운드 미디어의 주



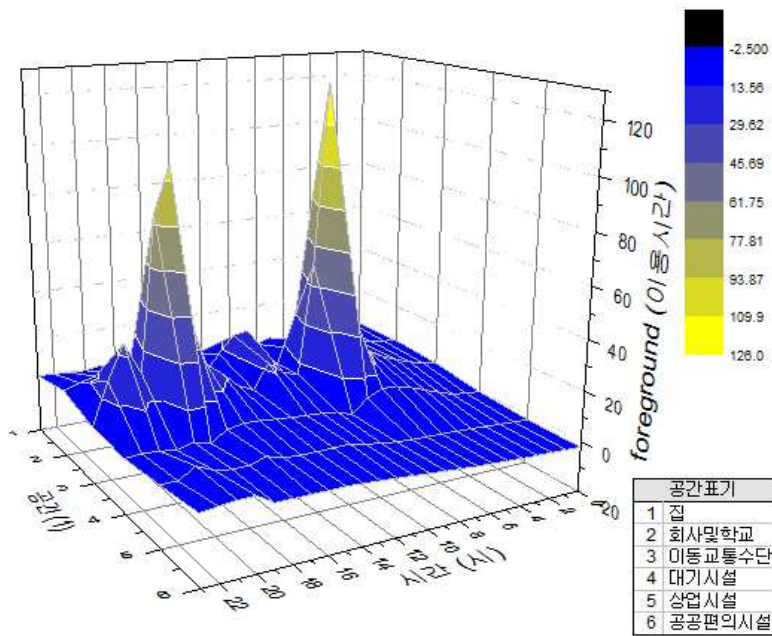
[그림 8] 모바일 사운드 미디어 이용의 주 행동 크로노토프

행동 역시 전체 행동과 유사하게 넓은 시공간대에 분포하지만, 특정 시공간에 집중되며, 4, 5, 6 공간에서는 매우 적은 빈도로 이용이 이루어지고 있었다.

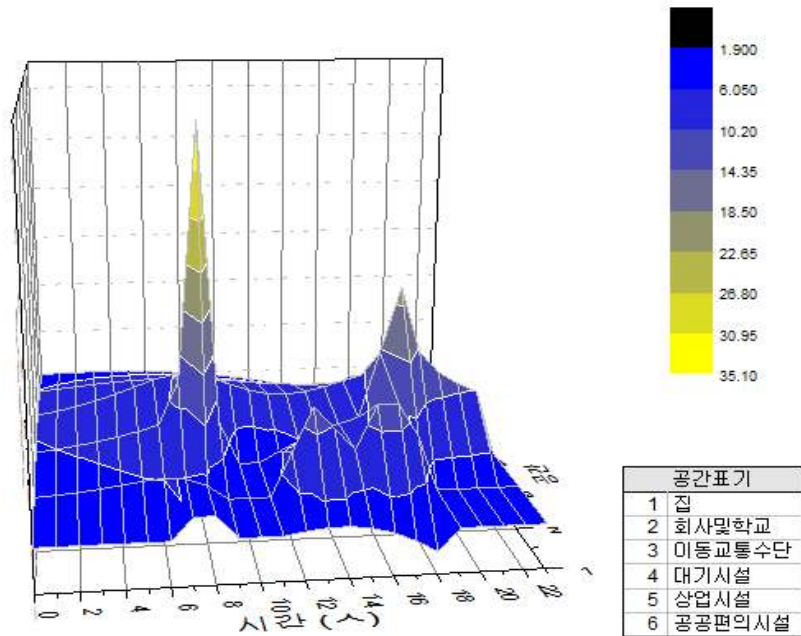
반면에 모바일 사운드 미디어를 배경 행동으로 할 때에는 18:00-19:00 대에 이용량이 주 행동에 비해 상대적으로 작다[그림 11]. 즉, 출근 시간보다 퇴근 시간에 모바일 사운드 미디어 이용량은 줄어들지만, 주 행동의 비율은 배경 행동과 비교하면 상대적으로 높다는 것을 나타낸다. 또한, 입방체의 아래 면적 분포의 높낮이 변동이 전체 행동과 주 행동 맵핑에 비해 심한 것을 볼 때[그림 12], 이동 시간을 제외한 다른 시간대에 상대적으로 다양한 공간에서 모바일 사운드 미디어 이용이 주로 배경 행동으로 이루어짐을 알 수 있다. 이는 전체 시공간대에 걸쳐서 배경 행동으로서의 음악청취는 꾸준히 이루어지고 있음을 시사하는 것이다. 즉, 학업이나 업무를 하면서는 모바일 사운드 미디어 이용의 동시 행동이 상



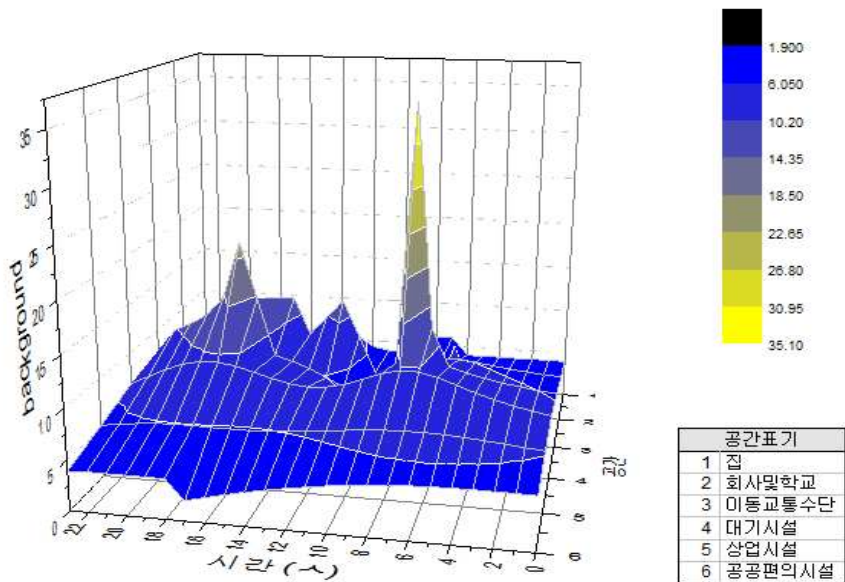
[그림 9] 모바일 사운드 미디어 이용의 주 행동 크로노토프(측면)1



[그림 10] 모바일 사운드 미디어 이용의 주 행동 크로노토프(측면)2



[그림 11] 모바일 사운드 미디어 이용의 배경 행동 크로노토프(측면)1



[그림 12] 모바일 사운드 미디어 이용의 배경 행동 크로노토프 (측면)2

대적으로 빈번히 일어나고 있다는 것을 짐작할 수 있다. 실제로 [그림 12]을 통해 회사 및 학교, 이동교통수단, 대기시설에서 전체시간대에 걸쳐 6.05-10.20 사이의 이용 단위량을 보여주는 것을 확인할 수 있다.

결과적으로 우리는 모바일 사운드 미디어의 크로노토프 맵핑을 통하여, 출퇴근 이동시간에는 음악청취를 함에 몰입도가 높지만, 학업이나 업무와 할 때에는 배경의 기능을 함을 알 수 있다. 이는 전자가 ‘음악 감상’을 목적으로 한다면, 후자는 ‘학업/일의 지루함 달래기’를 위하여 음악을 주로 듣기에 생기는 차이로 해석해 볼 수 있다.

3. 소결

이 절에서는 [연구문제 1]을 해결하기 위하여, 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 맵핑을 분석하였다. 우선, 모바일 사운드 미디어 이용의 시공간적 맥락을 살펴본 후 주 행동과 배경 행동의 크로노토프 맵핑을 살펴보았다.

[그림 5]는 모바일 사운드 미디어 이용의 가장 기본적인 그래프로써, 오전 8:00 - 9:00 시간대에 3공간과 18:00-19:00 시간대에 3공간에서 폭발적인 이용량을 보였다.

[그림 6]을 통해서는 점심시간대와 취침 전 시간대에 이용량이 느는 모습을 확인할 수 있었으며, [그림 7]을 통해서는 모바일 사운드 미디어의 이용이 주로 집, 회사 및 학교, 이동공간에 분포함을 알 수 있었다. 모바일 사운드 미디어 이용자는 주로 이동하는 동안 음악 감상을 하되, 이때의 음악에 대한 몰입도(attention)는 비교적 높은 편이라 할 수 있다.

주 행동으로 이용할 때의 크로노토프는 전체 행동과 유사했지만, 배경 행동으로 기능할 때에는 더욱 다양한 시간대에 걸쳐 꾸준히 이루어지고

있는 것을 확인할 수 있었다. 뿐만 아니라, 집, 회사 및 학교, 이동공간 뿐만 아니라 대기시설 등에서도 이용이 상대적으로 빈번히 일어났다.

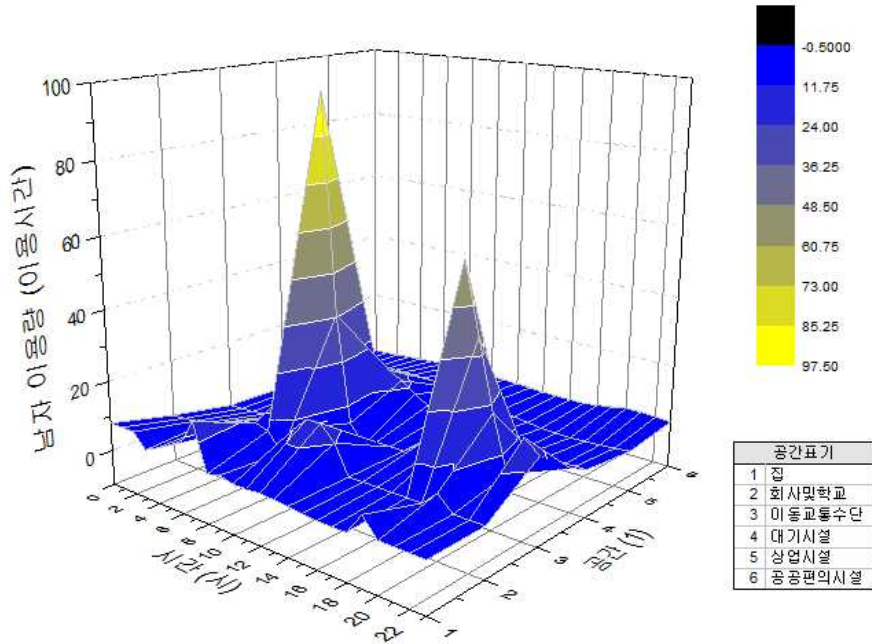
이러한 맵핑을 통해서 우리는 모바일 사운드 미디어를 통해 매개 되는 시공간 경험을 하고 있음을 시각적으로 인지할 수 있다.

제3절 모바일 사운드 미디어 이용의 집단별 크로노토프

[연구문제 2]는 모바일 사운드 미디어 이용이 집단에 따라 시공간적으로 어떠한 특징이 있는가를 분석하는 것이다. 집단은 인구통계학적 변인인 성별과 연령, 그리고 직업으로 나누어 보았다. [연구문제 2]를 통해 밝히고자 한 바는 단순히 모바일 사운드 미디어 이용이 인구통계학적 변인에 따라 다른 특징을 보인다는 것이 아니라, 집단에 따라 각기 다른 크로노토프를 가진다는 점이다. 크로노토프 분석은 개인 수준의 것과 집단 수준의 분석이 있는데, 집단 수준의 분석이 기본적으로 전제하고 있는 것은 집단에 따라 미디어 이용의 시공간적 활용이 달라진다는 것이다. [연구문제 2]를 통해서 이러한 전제를 직접 확인하고자 하였다. 연령은 20대와 30대로 나누었으며, 직업은 직장인과 대학생으로 분류하여 살펴보았다.

1. 모바일 사운드 미디어 이용의 성별에 따른 차이

[그림 13]는 남성의 모바일 사운드 미디어 이용이 시공간적으로 어떠한 특징이 있는가를 나타낸 맵핑이다. 이는 모바일 사운드 미디어 전체 행동과 주 행동 맵핑과 유사한 형태로서, 8:00 - 9:00 시간대에 3공간에서 97단위의 이용량을 보이며, 18:00 -19:00 시간대에 3공간에서 60

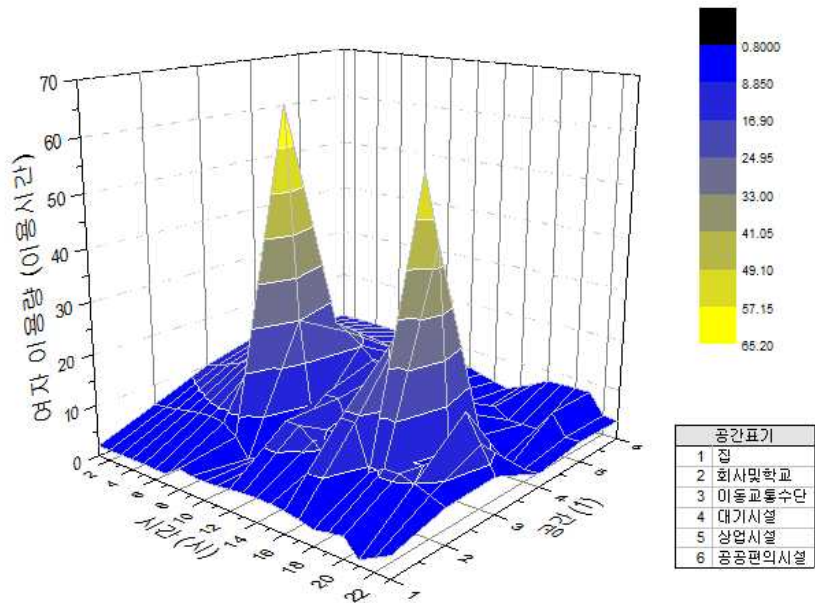


[그림 13] 모바일 사운드 미디어 이용: 남성집단

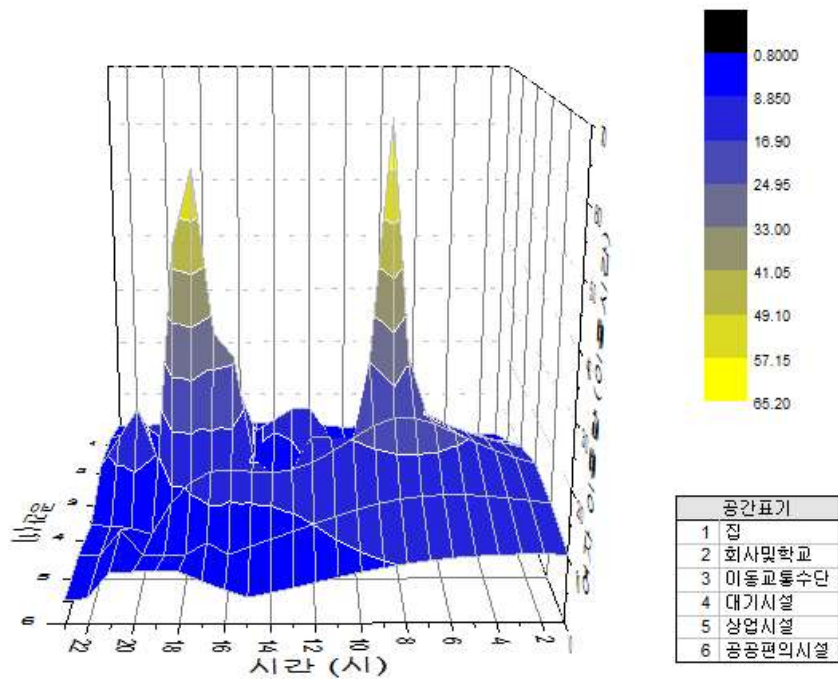
단위의 이용량을 보인다. 특징적인 점은 출퇴근 전/후 시간대에 걸쳐 3 공간에서의 이용이 전체 행동과 주 행동보다 빈번히 이루어진다.

[그림 14]와 [그림 15]은 여성의 모바일 사운드 미디어 이용이 시공간적으로 어떠한 특징이 있는가를 나타낸 맵핑으로서, 남성보다 넓은 시공간적 활용을 하고 있으며, [그림 15]의 모습처럼 오전 시간대에 5, 6 공간의 활용도가 비교적 높은 것을 알 수 있다.

앞서 음악청취에 관한 기술통계적 특징을 알아본 결과, 남성과 여성의 이용량의 차이는 크지 않았다. 하지만 [그림 13] ~ [그림 15]의 맵핑에서 나타나듯이, 남성과 여성의 모바일 사운드 미디어 이용을 통한 시공간의 활용에는 일정한 차이가 있다는 것을 확인해 볼 수 있었다.

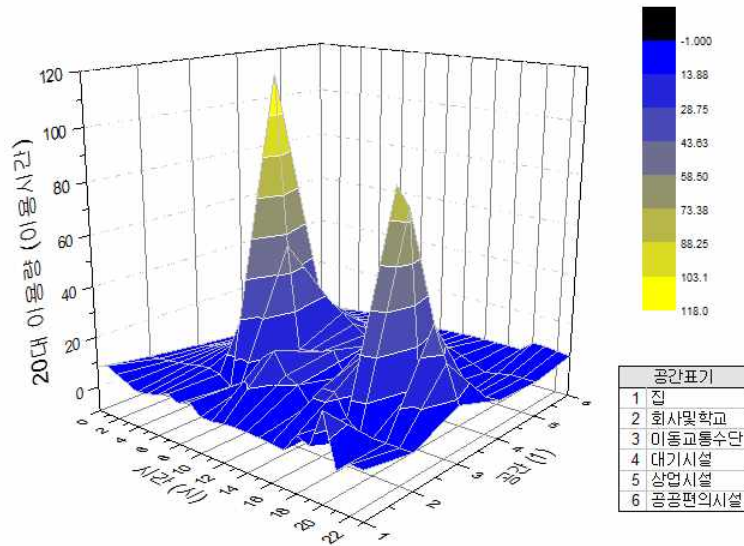


[그림 14] 모바일 사운드 미디어 이용: 여성집단 크로노토프

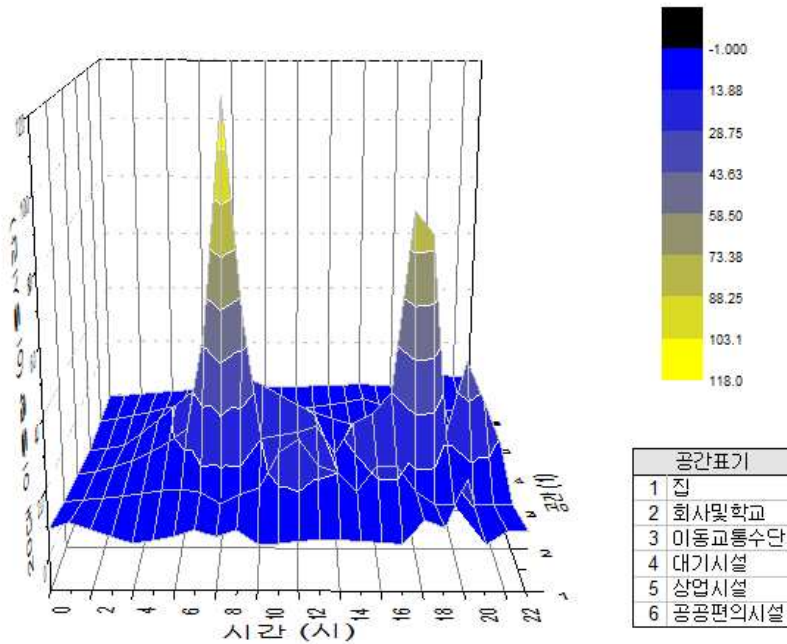


[그림 15] 모바일 사운드 미디어 이용: 여성집단(측면) 크로노토프

2. 모바일 사운드 미디어 이용의 연령에 따른 차이



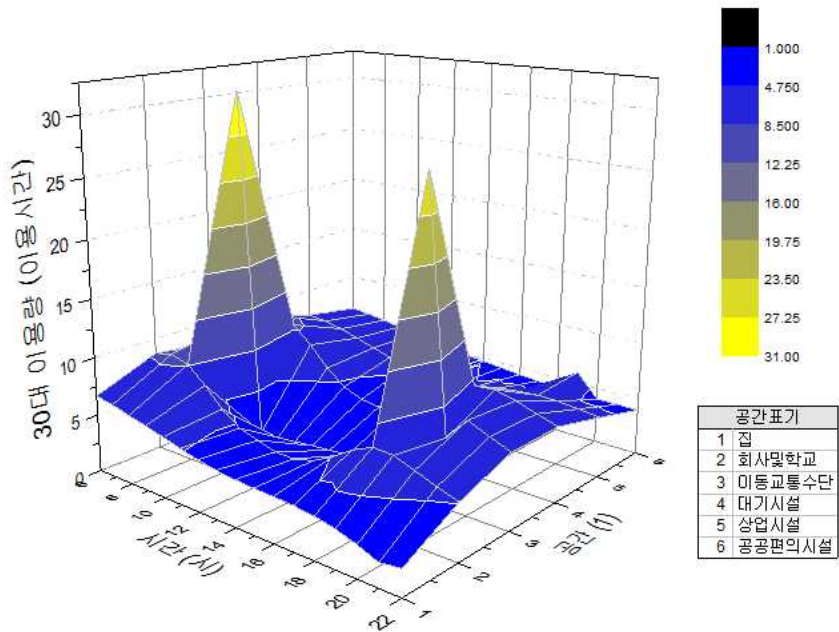
[그림 16] 모바일 사운드 미디어 이용: 20대 집단 크로노토프



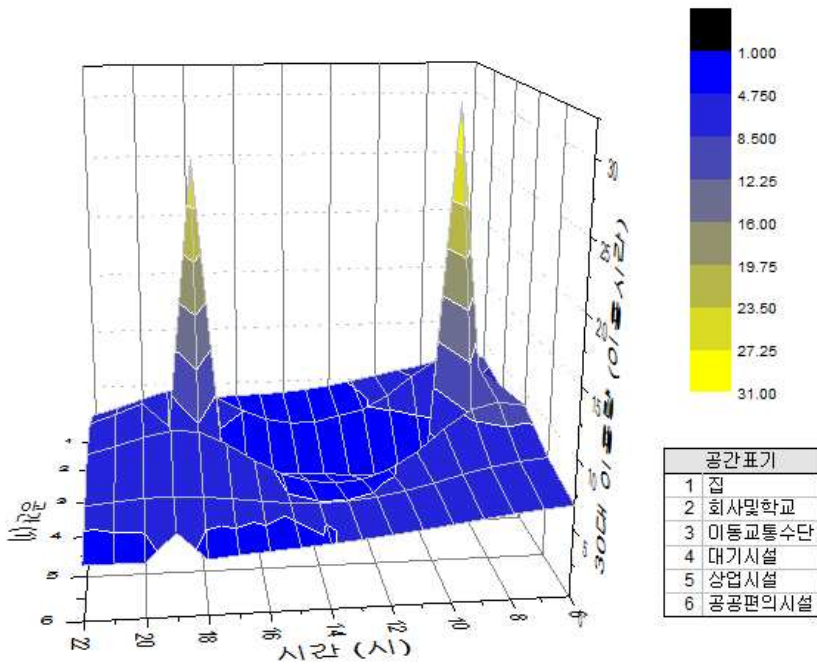
[그림 17] 모바일 사운드 미디어 이용: 20대집단 크로노토프(측면)

[그림 16], [그림 17]은 20대의 모바일 사운드 미디어 이용이 시공간적으로 어떠한 특징이 있는가를 나타낸 맵핑이다. 이는 모바일 사운드 미디어 이용의 전체 행동과 주 행동 그래프와 유사하지만, [그림 16]에서 볼 수 있듯이 3공간에 이용이 집중되며, 1, 5, 6 공간에서는 이용이 매우 적은 빈도로 이루어짐을 알 수 있다. 그런가 하면, [그림 17]에서 볼 수 있듯이 세 개의 피크점을 지녔고, 8:00-15:00 사이의 4공간에서 비교적 많은 이용이 이루어지고 있었다. 여기서 주목할 만한 것은 20대 집단의 이용이 다른 집단에 비해, 21:00 시간대 무렵에 이용이 많아진다는 점이다. 이는 출퇴근 시간뿐 아니라, 취침 전에 음악을 감상하되, 집에서 모바일 사운드 미디어 기기를 이용한다는 점이 특징적이다. 이러한 사실은 젊은 연령일수록 개인화된 삶을 지향하기에, 가정에서도 다른 오디오 기기가 아닌 모바일 기기를 통해 개성을 들어낸다는 것이다. 이렇게 가정 내에서도 음악청취를 하는 플랫폼이 다각화되면서, 다중의 사운드 스케이프를 형성한다고 볼 수 있다.

30대의 모바일 사운드 미디어 이용은 [그림 18]과 [그림 19]를 통하여 나타난다. 30대 집단의 이용에 특징적인 면은 6:00 - 8:00 사이의 이용이 집중된다는 점이다. 즉, 다른 집단보다 이른 시간부터 이용이 3공간에서 집중되고 있는데, 이는 30대의 생활방식이 20대보다 일찍 출근하는 것이기 때문이라고 추측할 수 있다. 또한 [그림 19]에서 볼 수 있듯이, 10시에서 16시 사이에 이용량이 가장 적으며, 이를 제외한 시간대에 이용량은 다른 집단에 비해 높다. 즉, 업무에 집중해야 하는 시간대에는 이용의 빈도가 낮지만, 그 외 시간에는 정서적 안정제의 기능을 하는 음악청취를 비교적 빈번히 하는 것이다. 이때 특징적인 점은 점심 시간에 오히려 음악청취를 하지 않는다는 점인데, 이는 점심을 먹으면서 직장동료와 이야기를 하는 등 음악청취를 제외한 커뮤니케이션을 할 가능성이 크기 때문이라고 추측해 볼 수 있다.

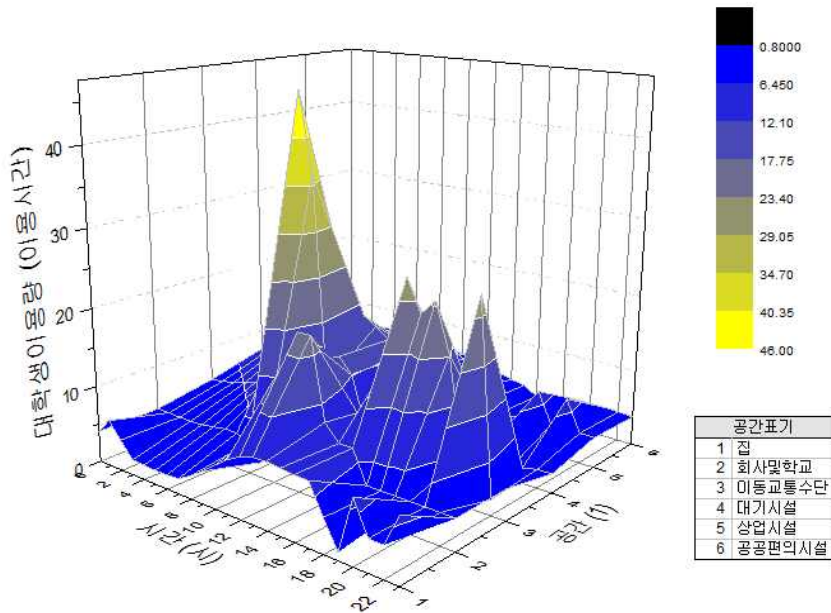


[그림 18] 모바일 사운드 미디어 이용: 30대집단 크로노토프

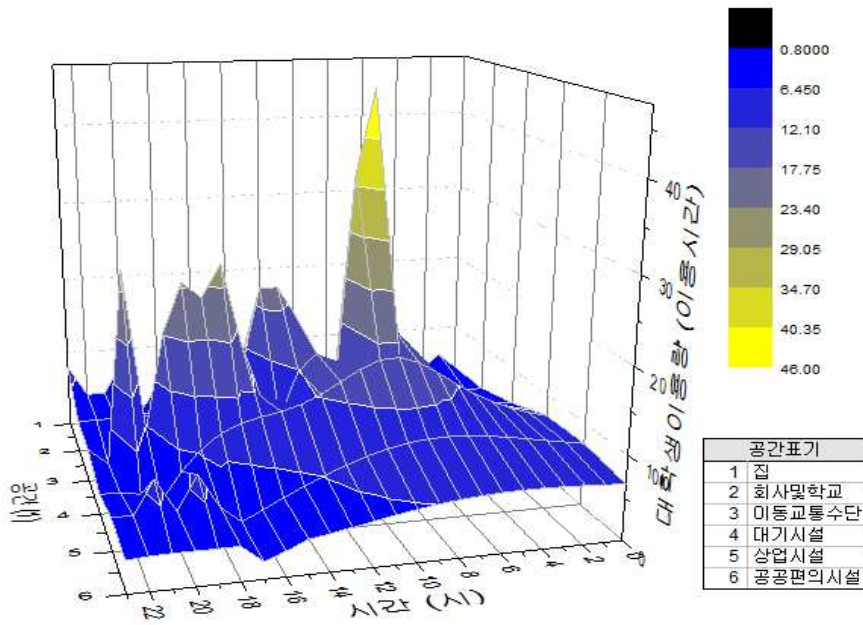


[그림 19] 모바일 사운드 미디어 이용: 30대집단 크로노토프(측면)

3. 모바일 사운드 미디어 이용의 직업에 따른 차이

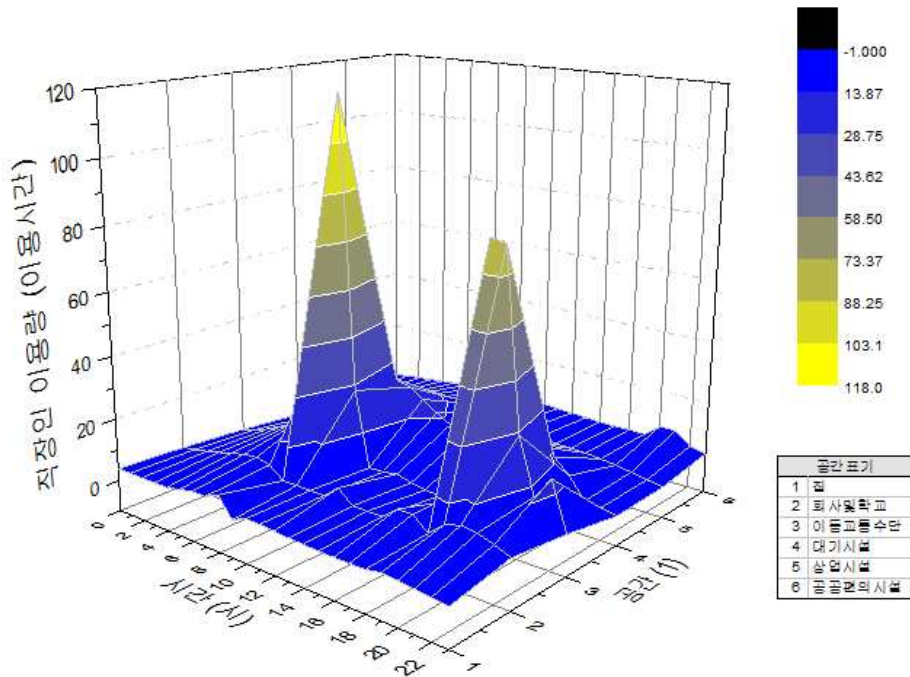


[그림 20] 모바일 사운드 미디어 이용: 대학생 집단 크로노토프



[그림 21] 모바일 사운드 미디어 이용: 대학생 집단 크로노토프(측면)1

대학생의 모바일 사운드 미디어 이용은 [그림 20]의 맵핑으로 나타낼 수 있다. 대학생 집단이 보이는 이용에서 8:00 - 9:00 시간대에 가장 높은 이용을 보이는 것은 어느 집단에나 적용되는 보편성이다. 하지만, 대학생 집단은 11:00 - 12:00 시간대의 2공간, 16:00, 18:00, 21:00 시간대의 3공간에서 비교적 높은 이용을 보인다는 것이 특이한 점이다 [그림 21]. 다른 집단은 대개 출퇴근 시간에만 이용을 보였으나, 대학생 집단은 비교적 다양한 시간대에 높은 이용을 보였다. 이는 대학생이 비교적 등교 시간이 불규칙하며, 각기 다른 라이프 스타일을 가지고 생활하기 때문이라고 해석해 볼 수 있다.



[그림 22] 모바일 사운드 미디어 이용: 직장인 집단 크로노토프(측면)2

대학생과 달리 직장인 모바일 사운드 미디어 이용 패턴은 출퇴근 시간에 집중되어 있으며, 3공간을 제외한 다른 공간에서는 거의 이루어지지 않는 특징을 가지고 있었다[그림 22]

4. 소결

[연구문제 2]는 모바일 사운드 미디어 이용이 인구통계학적 변인 집단에 따라 시공간적으로 어떠한 특징이 있는가를 분석한 것이다. 구체적으로 성별, 연령, 직업에 따라 크로노토프가 어떻게 달라지는지를 살펴 보았다.

[그림 14]는 남성의 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 기본 그림이며, [그림 15]는 여성의 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 맵핑의 기본전인 것이다. 성별에 상관없이 출퇴근 시간대에 3공간에서 이용이 빈번히 이루어지며, 여성이 남성보다 폭넓은 시공간적 활용을 하고 있음을 알 수 있었다.

[그림 17]은 20대의 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프지만, [그림 19]는 30대의 크로노토프를 나타낸 것이다. 20대 집단은 출퇴근 시간과 취침 전에 주로 음악을 청취하며, 가정 내에서도 모바일 사운드 미디어를 이용하는 특징이 있었다. 30대 집단은 20대 집단보다 이른 출근 시간대인 6:00부터 이용량이 증가하였으며, 10:00 -16:00 사이에 이용량이 가장 적었다. 이를 제외한 시간대의 이용량은 다른 집단에 비해 비교적 높았다. 결국, 연령에 따라 모바일 사운드 미디어를 이용하는 패턴이 다르다는 점을 확인할 수 있었고, 이는 생활행동과 결부하여 해석해 볼 수 있다.

[그림 21]는 대학생의 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프로서, 다양한 시간대에 3공간에서 높은 이용을 보인다는 특징을 지녔다. 반면, 직장인은 출퇴근 시간에 집중되어 있음을 알 수 있었다. 대학생의 크로노토프는 다른 맵핑과 달리 여러 개의 낮은 꼭지점과 하나의 높은 꼭지점을 지녔다는 점에서 특징적이라 할 수 있다.

이와 같은 결과로 인해 얻을 수 있는 것은 단순히 집단에 따라 모바

일 사운드 미디어 이용 패턴이 달라진다는 것뿐 아니라, 크로노토프 접근이 집단의 수준에서 다른 맵핑을 보임으로써 유의미한 차이를 드러낼 수 있음을 내포하는 것이다.

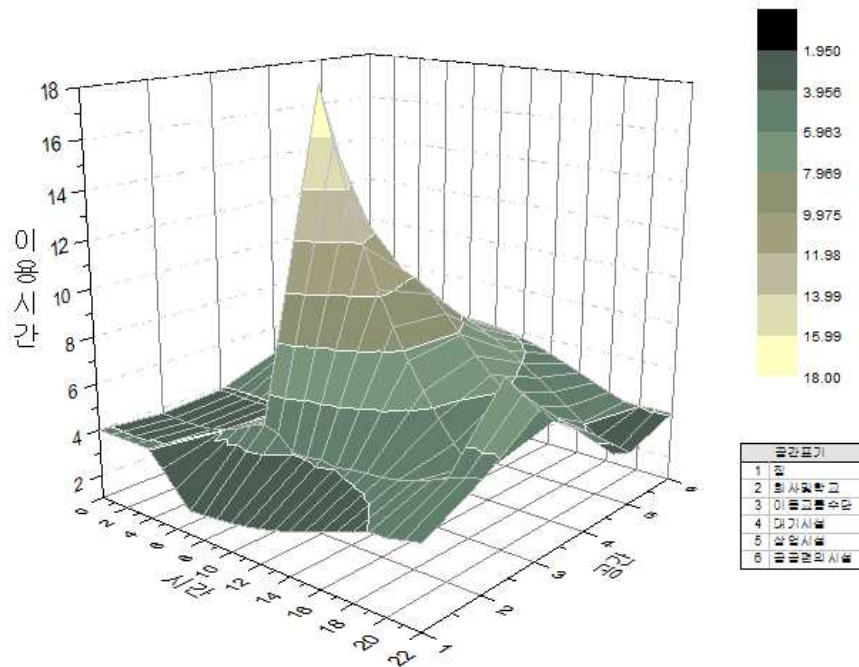
제4절 모바일 사운드 미디어 이용의 동시행동 맥락

[연구문제 3]은 모바일 사운드 미디어 이용이 동시행동으로 주요 이루어짐을 확인하고자 한 것으로서, 구체적으로 매스 미디어와 대인 미디어, 그리고 상호작용 미디어와 시공간적으로 어떠한 관계에 있는지 살펴 보았다.

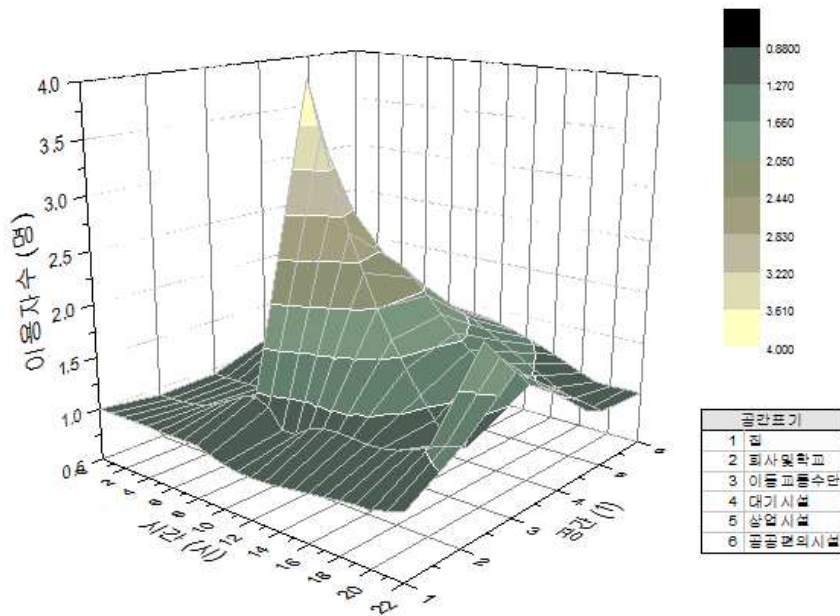
1. 모바일 사운드 미디어와 매스 미디어의 동시 행동

모바일 사운드 미디어와 매스 미디어의 동시 행동에 대한 크로노토프 맵핑은 이용시간을 기준으로 한 그래프와 이용자 수를 기준으로 한 그래프가 거의 유사하다. 다만, 이용자의 지속시간이 비교적 길 때 이용량의 지표가 이용자 수의 것에 비해 높은 곳에 있을 뿐이다. 예를 들어, 0:00부터 5:00까지 지속적으로 음악을 듣는 이용자의 경우, 이용자 수는 1이지만, 이용량은 4시간 단위를 나타내는 것으로 수치상 위다.

이 그래프는 [모바일 사운드 미디어의 크로노토프 맵핑]과 달리, 하나의 피크점을 가졌으며, 경사면이 급격히 넓어지는 형태를 하고 있다. 이는 매스 미디어와 모바일 사운드 미디어의 동시 행동은 8:00-9:00 시간대에 가장 빈번히 이루어지며, 이후의 다른 시간과 공간에서 이용자가 급격히 감소함을 나타내는 것이다. 매스 미디어의 주요 매체는 신문 미디어인데, 주로 아침에 읽는 것이므로 출근 시간에 주로 동시행동이 일



[그림 23] 모바일 사운드 미디어와 매스미디어의 동시행동: 이용시간



[그림 24] 모바일 사운드 미디어와 매스미디어의 동시행동: 이용자수

어나는 것으로 해석해 볼 수 있다.

매스 미디어와 모바일 사운드 미디어의 동시 행동 역시 3공간(이동 공간)에서 가장 많이 이루어지며, 4공간(대기 시설)에서는 전혀 이루어지지 않는 것으로 나타났다. 상대적으로 19:00 - 22:00에 3공간(이동 공간)과 6공간(공원 등 편의시설)에서 모바일 사운드 미디어 이용량은 높은 것으로 나타났는데, 이는 퇴근 시간과 퇴근 후의 편의시설에서 여가를 즐기면서 모바일 사운드 미디어 이용의 이용을 하는 생활 패턴과 연관지어 생각해 볼 수 있다.

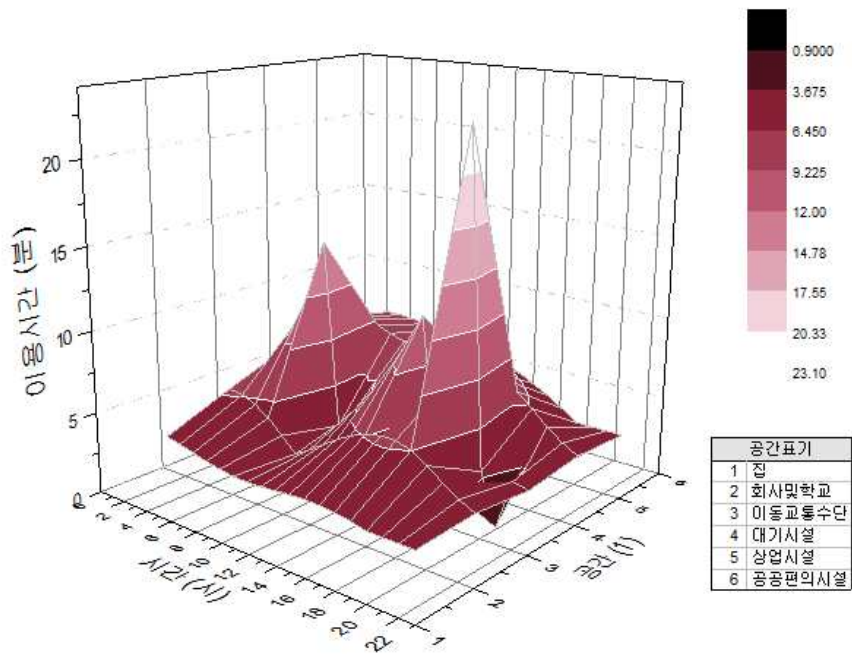
모바일 사운드 미디어와 미디어의 주 행동과 배경 행동이 어떠한 맥락에서 이루어지는지를 살펴본 결과, 제2행동으로 모바일 사운드 미디어를 이용하면서 제1행동으로 매스 미디어를 이용한 집단의 비중이 이용자 수를 기준으로 봤을 때 66.67%, 이용시간을 기준으로 봤을 때는 82.56%로서 모바일 사운드 미디어를 제1 행동으로 이용하면서 2 행동으로 매스 미디어를 사용한 집단에 비해 월등히 높은 비중을 차지하고 있었으며, 두 집단은 통계적으로 유의한 차이가 있었다($p < .05$). 인구통계학적 속성에 따른 차이를 살펴본 결과, 성별, 연령 간 집단 간의 차이는 없었으나 직업에 따라서는 유의한 차이가 있었다.

매스 미디어와 모바일 사운드 미디어를 동시 행동 크로노토프 맵핑에서 가장 특징적인 점은 매스 미디어와 모바일 사운드 미디어를 동시 행동 할 경우, 모바일 사운드 미디어를 주 행동으로 이용하는 이용자는 단 한 명도 없었다는 사실이다. 이는 매스 미디어에 대한 주목 때문에, 모바일 사운드 미디어는 배경음악으로서 주 행동을 돕는 기능만을 하는 것으로 이해할 수 있다. 그러므로 이때에 듣는 음악의 종류는 주위를 산만하게 하기보다는 비교적 조용한 음악일 수 있다고 추측해볼 수 있다.

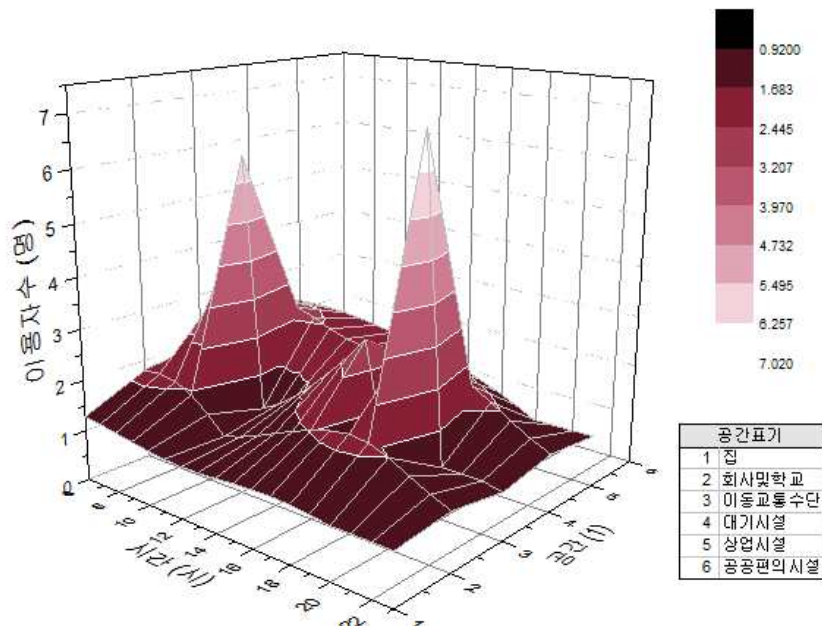
2. 모바일 사운드 미디어와 대인 미디어의 동시행동

모바일 사운드 미디어 이용과 대인 미디어의 동시행동에 관한 그래프는 <모바일 사운드 미디어 이용의 크로노토프 맵핑>에 비해 수치상으로는 다소 낮지만, 유사한 형태를 띤다. 단, 출근 시간대인 8:00 - 9:00보다 9:00 - 10:00에 더욱 많은 이용량을 보이며, 19:00 - 20:00에 가장 많은 이용량을 보인다. 즉, 출근 바로 후의 시간과 퇴근 바로 후의 시간대에 빈번히 이용되는 것을 의미하는 것이다. 또한, 출근 후 시간보다 퇴근 후 시간에 더욱 많이 이용을 보이는 것이 특징이다. 이는 생활행동과 결부하여 다음과 같이 해석할 수 있다. 아침에 일어나서 집에 있을 동안에는 미디어를 통한 커뮤니케이션이 발생하지 않으나, 출근하면서 다른 사람들과 문자나 전화로 연락하다가 출근 후에 업무나 학업과 관련하여 커뮤니케이션의 빈도가 증가할 가능성이 크다. 또한, 퇴근 후에 집으로 돌아가는 이동 공간에서 업무상 하지 못했던 커뮤니케이션을 집중적으로 할 가능성이 크다. 이때, 모바일 사운드 미디어를 함께 이용함으로써, 음악을 들으면서도 다른 사람들과 연결된 상태를 유지한다. 이때, 주 행동과 배경 행동은 교차로 이루어질 가능성이 크다. 즉, 상대방과 연락을 할 때에는 음악청취가 배경 행동으로 기능하나, 그렇지 않을 때에는 상대적으로 음악감상에 몰입할 수 있게 된다.

공간적으로 볼 때, 3공간(이동공간)의 양이 절대적으로 높으며, 4공간(대기 시설)과 6공간(공공편의시설)에서는 전혀 이용이 이루어지지 않는다. 또한, 2차 공간인 집에서 역시 동시행동을 하지 않는 것을 발견할 수 있는데, 이는 음악청취와 대인 간 커뮤니케이션을 동시에 이용함에, 이용자들이 공적 공간인 3공간을 1차 공간으로 이용하고, 사적 공간인 집을 오히려 2차 공간으로 이용한다고 해석할 수 있다.



[그림 25] 모바일 사운드 미디어와 대인 미디어의 동시행동: 이용시간



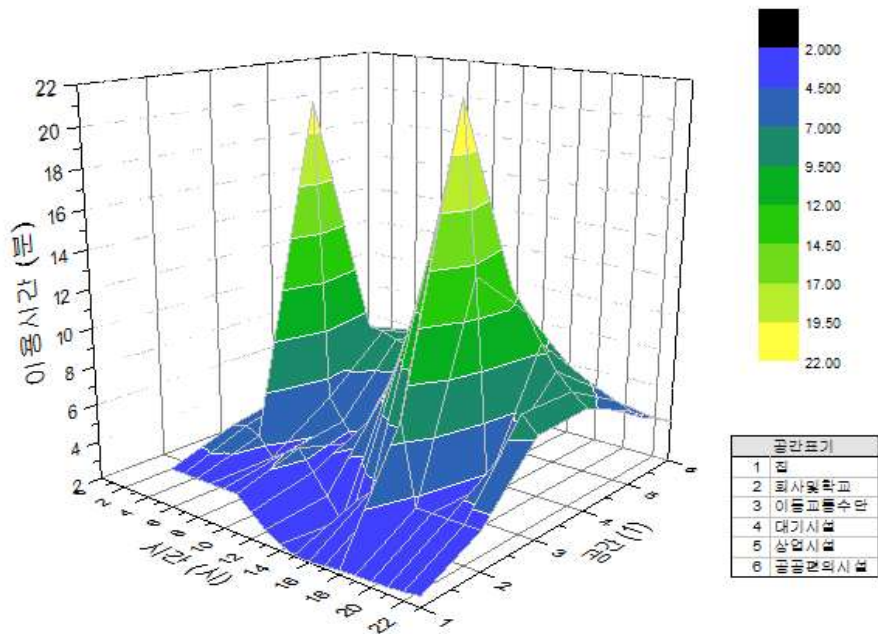
[그림 26] 모바일 사운드 미디어와 대인 미디어의 동시행동: 이용자수

한편, 대인 미디어는 제2행동으로 모바일 사운드 미디어를 이용하면서 제1 행동으로 대인 미디어를 사용한 이용한 집단의 비중이 제 1행동으로 이용하면서 제2행동으로 대인 미디어를 사용한 집단에 비해 낮은 수치를 보였다. 이는 대인 미디어가 쌍방 간의 상호작용을 활발히 해야 하기에, 다른 미디어에 비해 더 높은 정도의 몰입을 요구하는 특성이 있기 때문이라고 추측할 수 있다. 그러나 이 두 집단 간에 통계적 유의성은 확보되지 않았다($p > .05$). 통계적 유의성을 확보하지 못한 데이터의 경우, 크로노토프 맵핑은 정상적으로 그려지지 않았다. 한편, 대인 미디어와 모바일 사운드 미디어의 병행 처리는 집단 간 통계적 유의성은 확보하지 못했으나, 성별, 연령, 직업에 따라 주 행동과 배경 행동 간의 유의미한 차이가 있었다($p < .05$)

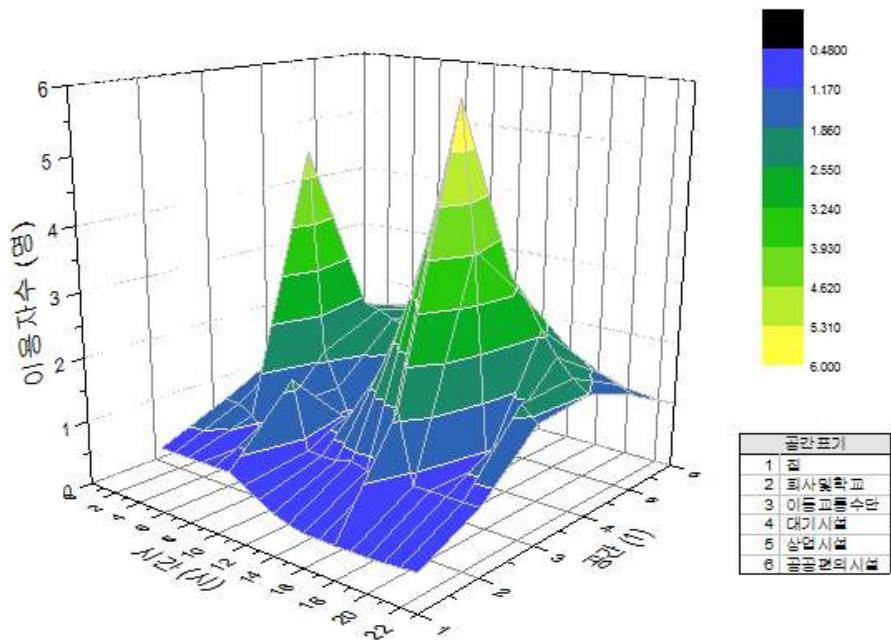
3. 모바일 사운드 미디어와 상호작용 미디어의 동시 행동

<모바일 사운드 미디어 이용과 상호작용 미디어의 동시 행동 크로노토프>는 앞서 살펴보았던 대인 미디어와의 동시 행동과 전체적인 모습이 유사하다. 공간적인 면에서 3공간(이동 공간)의 비중이 높으며, 대인 미디어 동시 행동보다 2공간(집)에서 상대적으로 빈번히 이루어지는 것이 특징이라 할 수 있다. 또한, 이용자 수와 이용시간의 피크점의 높이가 다른 것을 발견할 수 있는데, 이것은 오전 시간대에 이용자수(6명)는 적다할 지라도, 이용자의 지속시간(15단위)이 높은 것을 함축하는 것이다.

이용량은 이용시간을 기준으로 하여, 19:00-20:00에 가장 많은 양(20단위)을 나타냈으며, 9:00-10:00(15단위) > 8:00-9:00(12단위), 16:00-17:00(12단위) > 18:00-19:00(9단위) > 6:00-7:00(12단위) 순으로 나타났다. 이용자 수를 기준으로 볼 때는 19:00-20:00(7명) > 9:00-1



[그림 27] 모바일 사운드 미디어와 상호작용미디어의 동시행동: 이용시간



[그림 28] 모바일 사운드 미디어와 상호작용미디어의 동시행동: 이용자수

0:00(6명) > 8:00-9:00(4명) > 16:00-17:00(3명), 18:00 - 19:00(3명), 7:00-8:00(3명) > 6:00-7:00(2명) 순으로 나타났다. 이를 비교하면, 16:00-17:00 시간대의 행위자가 음악 청취&상호작용 미디어 이용에 있어 좀 더 오랜 시간을 가지며, 7:00-8:00 시간대는 이용자 수에 비해 지속시간이 짧다는 것을 알 수 있다. 이는 퇴근을 준비하면서 음악 청취&상호작용 미디어 이용의 지속시간이 길어지지만, 출근 전에는 비교적 짧은 시간 동안 이용하는 패턴이 있는 것으로 읽힐 수 있다.

19:00-20:00 시간대에 이용량이 가장 많은 이유는 업무상 하지 못했던 미디어를 통한 엔터테인먼트 기능을 활성화하는 것으로서, 대인 미디어 이용 패턴과 비교해 볼 때, 퇴근 후에는 모바일 사운드 미디어를 배경 행동으로 사용하면서 대인 커뮤니케이션을 하는 행위자와 모바일 사운드 미디어를 배경 행동으로 사용하면서 게임과 같은 상호작용 미디어를 통한 즐거움을 추구하는 행위자가 있음을 알 수 있다.

공간 면에서는 3공간의 비중이 70.7%로 압도적으로 많았으며, 2공간에서는 단 한 명의 이용자만이 이용행위를 하였고, 4공간에서의 행위자는 전혀 없었다. 이러한 결과는 음악 청취&상호작용 미디어 이용은 출퇴근 시간에 집중적으로 이루어지는 행위이기 때문이다.

제2행동으로 모바일 사운드 미디어를 이용하면서 제1행동으로 상호작용 미디어를 사용한 이용자의 집단 비중이 이용자 수(67.97%)와 이용시간(58.82%) 모두에서 모바일 사운드 미디어를 제1행동으로 이용하면서 제2행동으로 상호작용 미디어를 사용한 집단에 비해 높은 비중을 차지하고 있었다. 하지만, 대인 미디어-모바일 사운드 미디어의 이용, 대인 미디어-상호작용 미디어 사이에는 통계적으로 유의미한 차이가 입증되지는 않았다($p > .05$). 그렇기에 두 집단 간의 유의미한 크로노토프 맵핑은 그려지지 않았다.

4. 소결

[연구문제 3]은 모바일 사운드 미디어 이용이 동시행동으로 이루어짐을 전제하고 매스미디어와 대인 미디어, 그리고 상호작용 미디어와 시공간적으로 어떠한 관계에 있는지 살펴본 것이다.

모바일 사운드 미디어와 매스 미디어의 동시 행동에 대한 크로노토프 맵핑은 8:00-9:00 시간대에 집중적으로 이용이 이루어지며, 다른 시간대에서는 이용이 급격히 감소하였다. 또한, 3공간에서 이용이 가장 많이 이루어졌으며, 매스 미디어와 모바일 사운드 미디어를 동시 행동 할 경우, 모바일 사운드 미디어는 배경 행동으로만 기능했다. 한편, 모바일 사운드 미디어를 제1 행동으로 이용하면서 2 행동으로 매스 미디어를 사용한 집단 간의 차이는 통계적으로 유의성을 확보하였다($p<.05$).

모바일 사운드 미디어와 대인 미디어의 동시 행동은 출근 후 시간과 퇴근 후 시간에 3공간에서 빈번히 이용되는 것으로 나타났다. 상호작용 미디어와의 동시 행동 역시 출퇴근 전후 시간에 음악청취의 비중이 높은 것으로 드러났다. 두 미디어 이용의 동시 행동은 통계적 유의성을 확보하지 못하였으나, 인구통계학적 변인에 따라 집단 간 차이는 유의미했다.

제5절 종합적 논의

[표 8] 모바일 사운드 미디어의 크로노토프

		맵핑의 특징	해석
시공간적 맥락	일반적 특징	1) 두 개의 높은 피크점과 낮은 꼭지점 2) 전체 시공간에 분포	1) 출퇴근시간의 집중적 이용 2) 점심시간과

			취침 전 이용 3) 이동시의 집중적 이용
	주행동과 배경 행동	1) 주행동의 맵핑은 전체행 동과 유사 2) 배경행동 맵핑은 다양한 시공간대에서 높낮이 변 동이 심함	1) 이동할 때의 음악청취는 비교적 몰입도가 높은편 2) 학업/업무와 함 께 수행될 때는 주로 배경행동
동시행동 맥락	성별에 따른 차이	1) 남성: 전체 행동 맵핑보다 축소된 형태로 나타남 2) 여성: 보다 넓은 시공간에 서 이용이 나타남	집단별 이용패턴에 는 일정한 차이가 있음. 여성, 20대, 대학생 집단에서의 시공간 활용이 보 다 다양한 패턴으 로 드러났음
	연령에 따른 차이	1) 20대: 세 개의 피크점, 4공간에서의 이용 집중 2) 30대: 두 개의 피크점, 가장 이른 시간(6시)에 이용이 집중됨	
	직업에 따른 차이	1) 대학생: 5개의 피크점 2) 직장인: 2개의 피크점	
	매스미디어 동시행동	1) 이용자수와 시간 그래프 동일함 2) 하나의 피크점, 급격히 경사면이 넓어짐	1) 모바일 사운드 미디어는 배경행동 으로만 수행됨. 2) 출근시간의 이용집중현상
	대인미디어 동시행동	1) 이용자수와 이용시간을 기 준으로 본 두 맵핑의 형태가 유사하지만, 피크점의 높이는 다름 2) 출근시간보다 퇴근시간의 이용이 빈번함	1) 이용자수에 비 해 이용시간이 높 은 행동임 2) 퇴근 후에는 대 인미디어와 상호작 용 미디어와 함께 음악청취를 하는 비중이 높아짐
	상호작용 미디어 동시행동		

선행 연구의 검토를 통해 알아본 모바일 사운드 미디어 이용의 핵심적 특징은 ‘사사화된 공간’ 형성과 ‘통제의 테크놀로지’였다. 구체적으로 시공간, 생각, 대인관계를 통하여 조정하는 기능이 있는 것이었는데, 이 연구 결과를 통하여 볼 때, 모바일 사운드 미디어는 주로 이동하면서 시공간을 조정하는 기능이 있음을 확인할 수 있었다. 하지만, 집단에 따라 시공간을 활용하는 패턴이 다르게 나타났다. 남성과 여성의 모바일 사운드 이용량은 유사했으나, 시공간에 걸친 이용 패턴은 여성이 더 넓었다. 그런가 하면 20대 집단은 공간적인 면에서 가정에서의 이용이 30대보다 높은 비중을 차지하고 있었고, 30대 집단은 가장 이른 시간에 모바일 사운드 미디어 이용비율이 높은 것으로 나타났다. 직장인 집단과 같이 이용량에서 출퇴근 시간대에 두 개의 피크점을 갖는 것이 모바일 사운드 미디어 이용 패턴의 일반적 특징이었으나, 대학생 집단은 4개 이상의 피크점을 지닌 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해 도출할 수 있는 것은 모바일 사운드 미디어의 이용이 일상생활에서 시공간 이동패턴에 따라 이용관습이 달라질 수 있다는 점이다. 이는 모바일 사운드 미디어 이용과 시공간 활용이 연관이 있다는 선행 연구의 논의의 연장선상에서 시공간적 이동에 따라 모바일 사운드 미디어의 이용량과 동시이용 행태 등이 달라질 수 있다는 것이다. 즉, 생활행동 패턴에 따라 모바일 미디어 이용이 달라진다는 것이다. 이러한 주장은 모바일 사운드 미디어뿐 아니라 여타 모바일 미디어에 적용될 수 있는 사안으로서, 추후 연구를 통해 검증해 볼 필요가 있다.

선행 연구의 검토에서 언급한 불(bull) 연구의 공간성에 대한 핵심주장은 ‘공간을 이동하면서 모바일 사운드 미디어를 이용한다는 것이었다. 그러나 연구결과, 3공간(이동공간)에서 미디어를 이용하는 사람도 있지만, 3공간 → 2공간, 혹은 1공간 → 3공간으로 이동하면서 지속적으로 모바일 사운드 미디어를 이용하는 행위자는 156명 중의 3명으로 예외적

인 케이스로 볼 수 있는 수치였다. 그러므로 모바일 사운드 미디어 이용을 함에 공간이 바뀌면 이용을 중단할 가능성이 크다는 가설을 제시할 수 있다.

한편, 모바일 사운드 미디어는 30분 혹은 1시간 동안 주로 이용이 이루어졌는데, 1시간 동안 주 행동으로 이용하는 패턴이 가장 많았다. 구체적으로 1시간 동안 주 행동으로 이용하는 패턴'은 46%로 가장 많으며, 이어서 '② 30분 동안 배경 행동으로 이용하는 패턴'이 13.3%를 차지하였고, '④ 1시간 동안 배경 행동으로 이용하는 패턴'이 12.8%의 비중을 차지했다. 이러한 수치를 볼 때, 1시간 동안 주 행동으로 이루어지는 패턴이 압도적으로 많다는 것을 확인할 수 있었다. 이 연구 결과 나타난 이용에 지배적인 리듬인 1시간 동안 주 행동으로 이용하는 패턴은 감성적-능동적 감상자로서, 음원 공유와 같은 기능을 활발히 한다면 참여적 청취자의 행태를 보일 수 있다. 반면에, 1시간 동안 배경 행동으로 이용하는 패턴은 여흥적 - 수동적 청취자 집단이라 할 수 있다.

그런가 하면 이 연구에서는 음악 청취뿐 아니라, 음원 관리 공유를 모두 포함하여 모바일 사운드 미디어 이용행위를 측정하였다. 그렇기에 이동공간에서 듣는 모바일 사운드 미디어 이용을 음악 청취로 해석할 수만은 없다. 왜냐하면, 스마트폰을 통해 다른 사람과 함께 음원을 공유하거나 커뮤니케이션을 할 수 있기 때문이다. 스마트폰의 확산으로 인해 이렇게 이동공간에서 음악을 듣는 이용자는 더 확대될 수 있다.

연구에서 확인할 수 있었던 사실은 스마트폰이 MP3전용 플레이어를 대체할 가능성이 크다는 것이었다. 하지만, 이것이 모바일 사운드 미디어 이용 자체의 축소를 의미하지는 않는다. 왜냐하면, 다각화된 플랫폼으로 인해 음악을 접할 기회는 더욱 확대되었기 때문이다. 다만, 스마트폰의 확산으로 말미암아 미디어의 동시 행동이 늘어나면서 모바일 사운드 미디어는 주로 배경 행동으로 이용될 개연성이 커졌다. 즉, 무슨 미

디어 행동을 하든지 간에 사운드는 배경으로 기능할 수 있다. 그 이유는 이론적 배경에서 밝혔듯이, 시각 미디어와 달리 스크린으로의 시선 고정에 대한 제약이 없으므로 타 행동을 수행하게 하는 것이다. 즉, 동시 행동을 하는 데 있어 ‘편의성’이 그 어떤 미디어보다 유용하기에, 사운드 미디어는 동시 행동에서의 이용 정도가 다른 모바일 미디어보다 확연히 높을 수 있다.

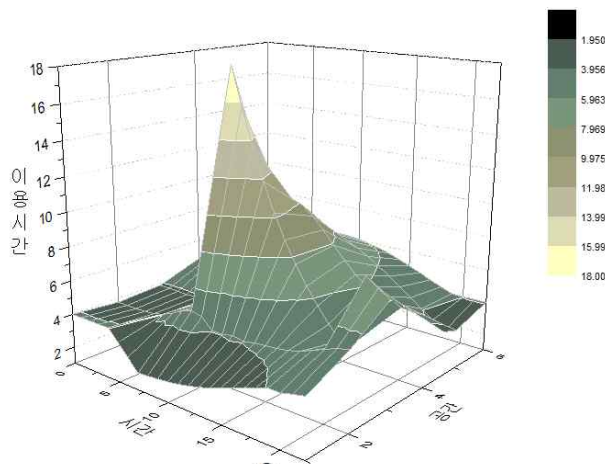
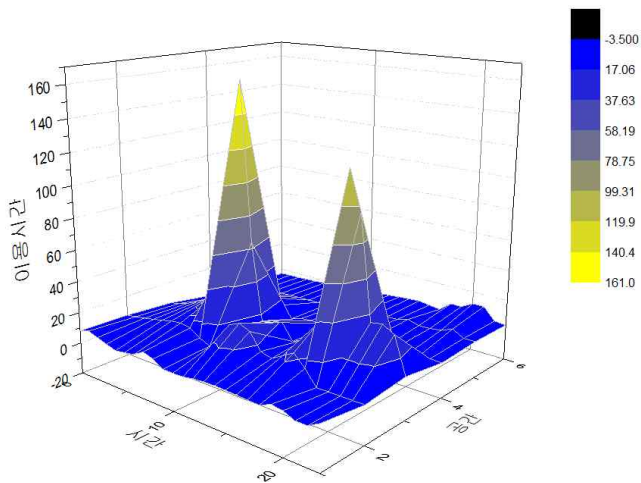
선행연구에서 언급했던 것처럼 미디어 이용 패턴을 분석하면서 단순히 경쟁과 대체의 관점을 미디어 이용을 파악할 수 없다. 이 연구에서는 크로노토프 접근을 통하여, 미디어 이용이 관계적 맥락하에 이루어짐을 확인하고자 하였고 구체적으로 시공간의 활용과 동시 행동으로 나누어 이를 살펴보았다. 연구결과, 시공간의 활용은 미디어가 가지는 자체적인 특징에 따라 다르며, 집단에 따라서도 다른 패턴을 보이는 것으로 나타났다. 그런가 하면 동시 행동은 콘텐츠의 특성에 따라 주 행동 - 배경 행동상의 특징이 달라지는 것으로 드러났다. 매스 미디어와 모바일 사운드 미디어의 이용이 동시적으로 이루어질 때, 음악청취는 배경 행동으로만 수행되었다. 즉, 동시 행동을 할 때 콘텐츠의 특성에 따라 미디어 이용 행위의 특징이 달라질 수 있다. 동시 행동에 관한 연구가 지속적으로 이어지면서, 동시 행동에서 우선순위를 가지는 미디어 행동과 관련된 맥락에 대해 연구를 할 필요가 있을 것이다.

결과적으로 모바일 사운드 미디어 이용은 다른 미디어 이용보다 동시 행동에서 배경 행동으로 나타나는 비중이 높으며, 특정 시공간에 이용이 집중되는 형태로 나타났다. 또한, 동시 행동을 통해서 콘텐츠의 기능을 보완 혹은 연계할 가능성이 제기되었다. 추후 크로노토프 분석으로 다른 미디어에 관한 연구가 축적되면, 미디어 별 속성과 유사성 등의 크로노토프 동학을 살펴봄으로써, 미디어 이용 패턴에 관한 풍부한 논의를 할 수 있을 것이다.

제6장 결론: 요약 및 제언

제1절 연구요약

1. 모바일 사운드 미디어 크로노토프 맵핑의 요체



이제까지의 결과를 통해 볼 때, 모바일 사운드 미디어 이용의 크로노

토포 맵핑은 위의 두 그림으로 집약하여 나타낼 수 있다. 즉, 출근과 퇴근시간에 이동공간에서 모바일 이용이 증폭되는 것과 출근 시간 후에 이용이 급격히 감소하는 패턴 두 가지이다. 이는 바라바시가 말하는 버스트(burst)의 현상이 모바일 사운드 미디어 이용에도 나타나는 것이라 할 수 있다.

모바일 사운드 미디어는 출근시간(8:00-9:00) > 퇴근시간(18:00-19:00) 순으로 이용량이 많았으며, 이 두 지점에 이용이 집중되어 있었으며, 주 행동과 배경 행동도 마찬가지로 이용 패턴이었다. 다만, 업무시간에는 주로 배경 행동으로 모바일 사운드 미디어 이용이 이루어지고 있었다. 공간면에서는 3공간에서 주로 이용이 이루어졌다.

모바일 사운드 미디어와 매스 미디어의 동시 행동을 할 경우, 모바일 사운드 미디어는 배경 행동으로만 기능했다. 8:00-9:00 시간대-3공간에서 가장 빈번히 이용이 이루어졌으며, 이후의 다른 시공간에서는 급격히 이용이 감소하였다.

모바일 사운드 미디어와 대인 미디어의 이용은 퇴근 시간대(19:00-20:00)에 3공간에서 집중적으로 이루어졌다. 상호작용 미디어와의 동시 행동 역시 동일 시공간에서 이용이 주로 이루어졌다.

결과적으로 미디어 동시 행동의 경우, 출근 시간에는 매스 미디어를 이용하지만, 퇴근 시간에는 대인 미디어나 상호작용 미디어를 이용한다는 것을 알 수 있다.

제2절 연구의 한계 및 후속 연구를 위한 제언

이 연구는 몇 가지 면에서 한계를 가지고 있다. 첫째, 데이터 수집과 관련되어 나타나는 한계이다. 이 연구에서는 미디어 다이어리 기법을 이

용하여, 미디어 행동을 측정하였는데, 이는 회상에 의한 측정이기에, 정확성이 떨어진다는 한계가 있다. 라이프 로깅(Life Logging)을 통해서 사용하는 사용자의 신체 활동, 활동 패턴, 위치 등 다양한 정보를 인식할 수 있는데, 이러한 데이터를 사용할 필요가 있다. 또한, 스마트폰을 통한 GPS 자료를 수집할 필요가 있을 것이다. 이 연구에서는 공간을 1-6공간으로 나누어 맵핑을 했으나, GIS 데이터는 공간의 위치를 명확하게 나타냄으로써 이동 경로의 변화를 보게 해준다.

한편, 이 연구에서는 생활행동과 미디어 행동과의 연관성을 직접적으로 살펴보지 못하였다. 추후 연구에서는 생활행동에 관한 데이터를 수집한 후 이에 대한 맥락을 조사하는 것도 필요할 것이다.

이 연구의 가장 큰 의의는 크로노토프 분석을 통해 미디어 이용 패턴을 살펴보았다는 것이다. 그러나 이 분석법을 발전시키기 위해서는 모바일 사운드 미디어뿐 아니라 다른 미디어로 확대해 봐야 할 것이다. 매체의 특징에 따라 미디어의 이용지속 시간과 빈도, 그리고 주 행동 배경 행동의 비중이 다를 것이다. 각각 미디어의 크로노토프 맵핑을 그린 후, 미디어 간의 유사성을 살펴볼 수 있을 것이다.

둘째, 이 연구에서는 산업 및 정책에 관한 내용을 다루지 못했다. 오늘날의 모바일 사운드 문화 특징 중의 하나가 기업의 마케팅에 의해 도모된 문화라는 점이다. 결국, 오늘날의 모바일 사운드 문화는 MP3라는 ‘기술’과 음악이라는 ‘문화 콘텐츠’의 결합 뿐 아니라 마케팅이 빚어낸 디지털 문화의 한 형태라 할 수 있다. 이러한 맥락에서 볼 때, 모바일 사운드 시장의 현황과 시사점을 살펴볼 필요가 있다. MP3플레이어 시장이라 하면 재생기기와 온라인 음원 시장 두 가지로 구분되는데, 현재 우리나라에는 이러한 두 가지 시장의 모습을 기술하는 제대로 된 보고서나 시장조사가 마련되어 있지 않다는 데 근본적인 문제가 있다. 특히, 최근

의 MP3플레이어가 다른 미디어와 융합된 것을 반영한 시장조사는 전무하다고 해도 과언이 아니다.

이렇게 MP3플레이어 산업을 책정하는 객관적 데이터는 없음에도 스마트폰의 등장 등의 외적 요인에 의해 재생기기 면에서는 MP3플레이어 산업이 위기에 봉착했다는 것은 체감하고 있는 사실일 것이다. 이러한 상황을 극복하기 위하여, MP3플레이어 이용자의 이용목적과 과정을 세밀히 분석함으로써 각각의 타겟층에 맞는 충성도 높은 고객집단을 개발할 필요가 있다. 하지만, 이를 위해 선행되어야 하는 것은 모바일 사운드 소비문화 자체에 대한 이해이다. 문화산업은 해당 문화자체에 대한 이해와 산업적 측면의 고려가 동시에 진행되어야 한다. 이는 음악청취 문화에도 적용되는데, 최근 BING 등의 음악 소셜 네트워크가 실패한 원인은 음악 유통에만 초점을 맞추었지 음악을 통해 공유되는 커뮤니케이션의 소셜한 측면을 간과했기 때문일 것이다.

이 연구의 또 다른 의의는 청각 문화에 관한 내용을 다루었다는 점일 것이다. 사운드 미디어에 대한 연구는 과학기술의 일부 분과에서 연구대상으로 간주하기는 하지만, 사회 및 문화 관련 연구 영역에서는 별도의 주요한 학술대상으로 발전하지 못했다. 실제로 사운드 미디어와 관련된 연구를 살펴보면 도시에서의 사운드의 영향을 음향학 측면에서 측정하거나 기술한 사운드 스케이프 연구들, 멀티미디어나 영상매체(게임, 영화 등)에서의 보조적인 역할, 모바일 사운드 미디어에 관한 연구들, 영화에서의 음악의 역할이 연구 대부분이며, 그나마도 적게 이루어졌다. 즉, 사운드미디어는 지엽적이고 특수한 소재로 간주하는 경향이 있으며, 특히 사회과학에서는 핵심적인 연구대상으로 거의 논의되지 않았다. 모바일 사운드 미디어를 연구대상으로 한 연구를 찾아보면 이러한 현상이 더욱 두드러진다. 디지털 음원과 관련된 산업보고서가 간헐적으로 제시되었을 뿐 사회 문화적 영향에 관한 연구는 소수 연구자에 의해 제한적으로 이

루어져 왔다. 앞으로 청각문화에 관한 논의가 활성화됨으로써, 오늘날의 미디어를 통한 청각경험을 해명해야 할 필요가 있을 것이다.

한편, 모바일 사운드 문화에 다른 선행 연구들과 달리 이 연구는 SNS와 스마트폰 확산으로 인해 변화된 모바일 음악 감상행태에 따라 연구대상을 선정하였다. 이는 기존 연구와 차별화되는 현실을 반영한 보다 정확한 표집이었다는 점에서 의미가 있다. 하지만, 음악공유 기능의 확대와 음원 관리의 변화로 인해 달라진 미디어 수용자의 행위를 구체적으로 살펴보는 못하였다. 음악 공유를 함에 따라 대인관계가 어떻게 달라지는지, 어떠한 식으로 커뮤니케이션을 하는 지 등에 대한 추후 연구가 지속함으로써 모바일 사운드 미디어 문화에 대한 해명이 필요할 것이다.

참고 문헌

- 기설 · 이재현 (2010). 탈옥 : 아이팟터치와 새로운 디지털 참여문화, 한국언론학보, 제54권 4 호, 5-419.
- 김은미 이혜미 (2011). 컨버전스 환경에서의 방송콘텐츠 이용 행위에 관하여, 한국방송학보 제25-4호, 7-294.
- 김토일 (2005). 《소리의 문화사: 축음기에서 MP3까지》, 서울: 살림.
- 게으르크 짐멜 (2005). 김덕양 · 윤미애 역, 짐멜의 모더니티 읽기, 서울: 새물결.
- 클레이 셔키(2011), 많아지면 달라진다, 이충호 역, 서울: 갤럭시
- 노베르트 엘리아스 (2002). 박미애 역, 문명화 과정, 서울: 한길사.
- 데이비드 하비 (1994). 김병화 역, 포스트모더니티의 조건, 서울: 한울.
- 미하일 바흐친 (1988). 장편소설과 민중언어, 전승희 외 옮김, 창작과 비평사.
- 미하일 바흐친 (2006). 말의 미학, 김희숙 외 옮김, 도서출판 길.
- 메타트렌드연구소(2012), 라이프 3.0, 서울: 한스미디어
- 스티븐 킨 (2004). 박성관 역, 시간과 공간의 문화사 1880-1918, 서울: 휴머니스트.
- 서우석(1997), 말과 음악, 그리고 그 숨결, 서울: 문학과 지성사
- 심미선, 김은미, 이준웅 (2008). 라이프스타일과 매체 이용 행위 간의 관계 연구: 다중매체 이용과 매체 간 장르추구 행위를 중심으로. 한국언론학보, 52(6).
- 이재현 (2007a). MP3플레이어의 인터페이스와 시공간성, 《언론정보연구》, 44(1), 109-136.
- 이재현 (2009). Mapping [De-]Domesticated Media : Chronotopographic Approach, 서울대학교 제 52 회 언론정보학

포럼 발표문, [2009. 5. 14.]

이진경 (1998). 근대적 시공간의 탄생, 서울: 푸른 숲.

이-푸 투안 (1995). 구동희 · 심승희 역, 공간과 장소, 서울: 대운.

유선영 외 (2007). 한국의 미디어 사회문화사. 서울: 한국언론재단.

음악산업백서(2012), 2011 음악산업 백서, 한국콘텐츠 진흥원

임영호 김은미(2011), 소셜미디어의 등장과 언론학의 과제 : 정보관계망
개념을 중심으로, 한국언론학회 <한국 사회의 디지털 미디어와 문
화> 학술행사, 한국언론학회

정경미(2010), 사회적 현존감(Social Presence)이 모바일 음악감상 서비
스 이용동기에 미치는 영향 : SNS 포스팅을 중심으로, 홍익대학교
석사논문.

최현무 (1985). 미하일 바흐친과 후기구조주의, 문학사상.

KBS (2010). 《2010 국민생활시간조사》, 서울: KBS.

Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). Remediation: Understanding
New Media. Cambridge: The MIT Press ; 이재현 (역) (2006).

《재매개: 뉴미디어의 계보학》. 서울: 커뮤니케이션북스.

Boradkar, P. (2006). 10,000 Songs in Your Pocket: The iPod®
as a Transportable Environment, In Robert Kronenburg
(ed.) (2006). Transportable Environments, 3, 21-29. New York:
Taylor & Francis.

Bull, M. (2000). Sounding Out the City: Personal Stereos and the
Management of Everyday Life. Oxford: Berg.

Bull, M. (2001a). The world according to sound: Investigating the
world of Walkman users. New Media & Society, 3(2), 179-197.

- Bull, M. (2001b). Soundscapes of the car: A critical study of automobile habitation, In *The Auditory Culture Reader*, Bull, M & Back, L, (Eds.) (2003). Oxford: Berg. 357-374.
- Bull, M. (2002). The seduction of sound in consumer culture: Investigating Walkman desires. *Journal of Consumer Culture*, 2(1), 81-101.
- Bull, M. (2004a). Automobility and the power of sound. *Theory, Culture & Society*, 21(4/5), 243-259.
- Bull, M. (2004b). 'To each their own bubble': Mobile spaces of sound in the city. In Nick Couldry & Anna McCarthy (Eds,) (2004). *Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age* (275-293). London: Routledge.
- Bull, M. (2004c). The intimate sounds of urban experience: An auditory epistemology of everyday mobility.
- Bull, M. (2004d). Sound connections: An aural epistemology of proximity and distance in urban culture. *Environment and Planning D: Society and Space*, 22, 103-116.
- Bull, M. (2005). No dead air! The iPod and the culture of mobile listening. *Leisure Studies*, 24(4), 343-355.
- Bull, M. (2006a). Investigating the Culture of Mobile Listening: From Walkman to iPod. In K. O'Hara & B. Brown (eds) (2006). *Consuming Music Together: Social and Collaborative Aspects of Music Consumption Technologies*, 131-149. Amsterdam, Netherlands.

- Bull, M. (2006b). Iconic Designs: The Ale iPod. presented at the Third International Workshop on Mobile Music Technology. University of Sussex, Brighton, UK, 2-3 March, 2006.
- Bull, M. (2007). Sound Moves: iPod Culture and Urban Experience, New York: Routledge.
- Chambers, I. (1994). A miniature history of the Walkman. *New formations*, 11, 1-4; Republished as The aural walk. In Iain Chambers (1994). *Migrancy, Culture, Identity*, 49-53. London: Routledge.
- DeNora, T. (2000). *Music in Everyday Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dimmick, J. W. (2003). *Media Competition and Coexistence: The Theory of the Niche*. Mahwah, NJ & London: Lawrence Erlbaum Associates; 권상희 (역) (2005). 《미디어의 경쟁과 공존》. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Gary Saul Morson, Caryl Emerson (1999), *Mikhail Bakhtin Creation of a Poetics*, Stanford, CA : Stanford Univ. Press,
- Grinter, Rebecca, Leysia Palen and Margery Eldridge (2006). Chatting with Teenagers: Considering the Place of Chat Technologies in Teen Life. *ACM Transactions on Human Computer Interaction*, 13(4), pp. 423-447.
- Hosokawa, S. (1984). The Walkman effect. *Popular Music*, 4(1), 165-182.
- Thompson, E. P. (1967). Time, Work-Discipline, and Industrial Capitalism. *Past & Present*, 38(1), 56~97.
- Lefebvre, H. (1996). *Writings on Cities* (E. Kofman & E. Lebas, Trans.). Oxford:

- J.Sterne (2002). THE AUDIBLE PAST: CULTURAL ORIGINS OF SOUND REPRODUCTION, DukeUniversityPress
- Katz, M. (2004). Capturing Sound, Univ of California Press.
- Max Paddison (1998). Adorno's Aesthetics of Music, 서울: 작은 이야기.
- McLuhan, M. (1964). 《미디어의 이해》 서울: 민음사.
- Moore, S. (2000). Media and everyday life in modern society, Edinburgh University Press; 임종수·김영한 (역) (2008). 《미디어와 일상》, 서울 : 커뮤니케이션북스.
- Michael Chanan (1994). Musica Pratica. Verso
- Schafer, M. (1977). The Tuning of the World. New York: Knopf; Republished as Schafer, M. Murray (1994). Our Sonic Environment and the Soundscape: The Tuning of the World. Rochester, Vermont: Destiny Books.

ABSTRACT

A Chronotope Analysis to Relational Context of Using Mobile Media

Kim Yoovin

Dept. of communication

The Graduate School

Seoul National University

The auditory culture allows the sound, which doesn't exist in reality, to be heard. On the other hand, the visual culture again shows the object, which exists in reality. Sound is presentational in a sense of being construct, which doesn't exist in reality. Unlike this, the visual object represents a subject. In this way, auditory sense and sight are the conflicting sensory modality, but are integrated to be experienced. However, we downplay auditory experience amid the visually-centered society. In other words, there is tendency of failing to recognize this while living in the sound consumption culture. This writing aims to let it be informed of which we are in the middle of society that sound consumption culture and visual culture coexist.

The purpose of this study is to clarify that the use of mobile sound media is formed under relational context according to the chronotope analysis. For this, it will discuss richly about sound

consumption culture and will suggest substantial data of proving relational context of using mobile sound media. Specifically, this study aims to apply the chronotope analysis, which shows the living behavior of including the use of media on the coordinate planes. As the chronotope analysis is what grasps the use of media in the spatio-temporal context by adopting a method of Time-GIS, it is a new media-use survey method of seeing it relationally and integratively, with escaping from the functionalist perspective that had been taken by the existing media-use surveys.

mobile sound media is 'relational and network-based media,' not 'isolated media.' This implies that the use of mobile sound media is formed along with the media behavior as well as the living behavior amid the daily space time. This characteristic was expressed as the statement as saying of "being put under the relational context" in this study. Furthermore, this study will suggest one perspective of looking at mobile sound culture by concentrating on the media-based property in 'auditory media' itself. In other words, the aim is to research into which listening custom was created by the media-based property in mobile sound media, which is a research subject, and into influence of this upon daily life.

A significance of this study can be integrated with three kinds. First, it will escape from the tendency of a visually-centered research by performing a research on mobile sound media, which is the most representative media of initiating the sound

consumption culture. A research on culture of using mobile sound media has been performed extremely restrictively compared to its social-cultural value. Second, the aim is to clarify that mobile sound media is digital media and is formed under the relational context. The existing researches analyzed the use of mobile sound media in a frame same as the analogue media, thereby having failed to highlight the property as digital media. Also, it grasped mobile sound media from the isolated sight, thereby having failed to have an essential insight into the pattern of using mobile sound media. Third, this writing discusses about the chronotope analysis that was suggested by Lee Jae-hyeon(2009), thereby aiming to clarify that this can be one paradigm of surveying the pattern of using media. Also, it suggests a concept dubbed 'media rhythm,' thereby likely proposing one perspective of analyzing the pattern of using media. This study adopts this approach, thereby likely attempting the first quantitative research in a research on culture of using mobile sound media, which had been standardized by a qualitative research.

Keywords: mobile sound media, smart phone, mobile sound media, Relational Context of Using Mobile Media, chronotope, media rhythm.

Student Number: 2010 - 20140